

**ANALISIS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH
PADA BADAN PENGELOLA PAJAK DAN
RETRIBUSI DAERAH KOTA MEDAN**

SKRIPSI

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



OLEH :

NAMA : NETIK
NPM : 1405170021
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. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 27 Maret 2018, pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : NETIK
NPM : 1405170021
Prodi : AKUNTANSI
Judul Skripsi : ANALISIS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DALAM
MÉNINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA
BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH
KOTA MEDAN

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

Tim Penguji

Penguji I

PANDAPATAN RITONGA, SE, M.Si

Penguji II

M. IDRIS DALIMUNTHE, SE, M.Si

Pembimbing

ZULIA HANUM, SE, M.Si

Panitia Ujian

Ketua

H. JANURI, SE, MM, M.Si

Sekretaris

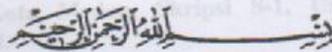
ADE GUNAWAN, SE, M.Si





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

PENGESAHAN SKRIPSI



Skrripsi ini disusun oleh :

Nama Mahasiswa : NETIK

NPM : 1405170021

Program Studi : AKUNTANSI

Konsentrasi : AKUNTANSI PERPAJAKAN

Judul Skripsi : ANALISIS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA BADAN
PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH KOTA MEDAN

Disetujui dan telah memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam Ujian
Mempertahankan Skripsi

Medan, Maret 2018

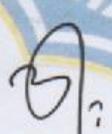
Pembimbing Skripsi


ZULLA HANUM, SE, M.Si

Diketahui/Disetujui
Oleh :

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU


FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si


H. JANURI, SE, MM, M.Si



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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

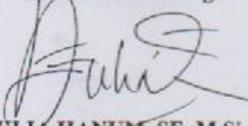
Universitas/PTS : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Jenjang : STRATA SATU (S-1)

Ketua Program Studi : FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si
Dosen Pembimbing : ZULIA HANUM, SE, M.Si

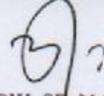
Nama Mahasiswa : NETIK
NPM : 1405170021
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI PERPAJAKAN
Judul Skripsi : ANALISIS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH PADA
BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH
KOTA MEDAN

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
16/3-2018	Perbaiki penulisan keharis baik pedoman - Haris & pembahasan di perbaiki	AS	
19/3-2018	Perbaiki penulisan keharis baik pedoman - Haris & pembahasan di perbaiki - Kesimpulan dan paragraf yapa saran di perbaiki	AS	
20/3-2018	Perbaiki penulisan keharis baik pedoman - Haris penelitian - di perbaiki - Pembahasan di perbaiki - Abstrak dibat	AS	
20/3-2018	Kelas Bimbingan	AS	

Dosen Pembimbing


ZULIA HANUM, SE, M.Si

Medan, Maret 2018
Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi Akuntansi


FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si

PERNYATAAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Netik

NPM : 1405170021

Program : Strata- 1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Perpajakan

Judul Skripsi : Analisis Pemungutan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan
Pendapatan Asli Daerah pada Badan Pengelola Pajak dan
Retribusi Daerah Kota Medan

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa data- data laporan realisasi penerimaan tahunan dalam skripsi atau data-data lainnya adalah benar saya peroleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

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

Medan, Maret 2018

Saya Yang Menyatakan

METERAI
TEMPEL

DB44FAFF000537597

6000
RUPIAH

Netik

ABSTRAK

NETIK, 1405170021. Analisis Pemungutan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan, Skripsi S-1, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018.

Penelitian ini berjudul “Analisis Pemungutan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui target dan realisasi pemungutan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi serta upaya pelaksanaan pemungutan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan. Dari hasil wawancara tersebut diajukan beberapa pertanyaan kepada pegawai Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif, yaitu metode masalah yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan atau memotret situasi yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara penelitian lapangan/survey, sedangkan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang dipergunakan adalah dengan cara pengumpulan, penyelesaian, dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan pajak reklame bagi pendapatan asli daerah Kota Medan dinilai kurang efektif, karena selama lima tahun dari tahun 2012 sampai 2016 Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tidak mengalami pencapaian yang baik. Artinya, selama lima tahun Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan kurang efektif di dalam membuat target pajak reklame sehingga target setiap tahun tidak tercapai. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa faktor yaitu masih rendahnya kesadaran wajib pajak dalam pelaporan SPTPD setiap bulannya, masih banyak wajib pajak yang tidak membayar sesuai dengan SKPD, banyak pemasangan objek reklame liar tanpa izin dan tidak melakukan pembongkaran, dan rendahnya regulasi yang kurang tegas terhadap wajib pajak. Namun mekanisme dalam menetapkan sistem pemungutan pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sudah sesuai dengan Peraturan Daerah No. 11 Tahun 2011 yang menerapkan sistem *Official Assesment System*.

Kata Kunci : Target dan Realisasi Pemungutan Pajak Reklame

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya serta nikmat iman dan islam yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik, serta tidak lupa salawat berangkaikan salam kepada baginda Rasulullah SAW yang menjadi suri tauladan bagi kita semua. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, dengan judul “**Analisis Pemungutan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan**”.

Dalam penyelesaian skripsi ini , penulis banyak mendapatkan bantuan baik dari segi doa, moril dan materil , dukungan yang tak terhingga dari banyak pihak.terselesainya penelitian ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ayahanda Sukadi Mulyono, Ibunda Pasiyem, kepada kakak-kakak Srimulyati dan Sumiati, kepada abang-abang penulis Suparlan dan Gusman, dan adik-adik penulis suprihatin dan Robi Atulafdawiyah tersayang yang telah

memberikan kasih sayang dan dorongan semangat serta memberikan dukungan materil dan moril dalam perjalanan aktifitas penulis.

2. Bapak Drs. Agus Sani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri, SE., MM., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Fitriani Saragih, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Zulia Hanum, SE., M.Si selaku pembimbing sekaligus sekretaris Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Elizar Sinambela yang telah memberikan banyak ilmu dan banyak memberi motivasi kepada penulis.
7. Kepada seluruh dosen prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Kepada seluruh pegawai Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Medan yang telah memberi banyak masukan.
9. Kepada Muhammad Indra Irawan yang selalu memberi semangat, motivasi dan selalu menemani dalam suka maupun duka.
10. Kepada sahabat tersayang Ulfa Sari Elvira yang selalu menemani dalam suka maupun duka penulis.

11. Kepada teman-teman kelas A Akuntansi pagi Angkatan 2014 dan teman-teman 1 tempat tinggal yang telah memberikan semangat tiada henti kepada penulis.

Pada kesempatan ini penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mungkin terdapat kesalahan dan kekurangan baik dalam teknik penulisan maupun bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun guna penyempurnaan dari skripsi ini. Pada akhirnya, penulis sangat mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Medan, Maret 2018

Netik

DAFTAR ISI

ABSTARK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7

BAB II URAIAN TEORITIS

A. Uraian Teoritis	8
1. Pendapatan Asli Daerah (PAD)	8
a. Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD)	8
b. Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD)	8
c. Klasifikasi Pendapatan Daerah.....	9
2. Pajak.....	11

a. Pengertian Pajak	11
b. Fungsi Pajak	13
c. Tujuan Pajak.....	14
d. Asas Pemungutan Pajak	14
e. Sistem Pemungutan Pajak	15
f. Pajak Daerah	15
g. Pajak Reklame.....	16
1) Pengertian Pajak Reklame	16
2) Subjek dan Objek Pajak Reklame	19
3) Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame.....	19
4) Dasar Pengenaan Pajak Reklame	20
5) Tarif Pajak Reklame	21
6) Perhitungan Pajak Reklame.....	21
7) Masa Pajak dan Tahun Pajak Reklame	22
8) Cara Pemungutan Pajak Reklame	23
B. Penelitian terdahulu	24
C. Kerangka Berfikir	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	28
B. Defenisi Operasional	28
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
1. Tempat Penelitian	29

2. Waktu Penelitian.....	29
D. Jenis dan Sumber Data	30
1. Jenis Data	30
2. Sumber Data.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Teknik Analisa Data	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	33
1. Deskripsi Data.....	33
2. Sistem Pemungutan Pajak Reklame Oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan	34
3. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	37
B. Pembahasan	39
1. Peranan Pajak Reklame Bagi Pendapatan Asli Daerah Kota Medan	39
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemungutan Pajak Reklame	40
3. Proses Pemungutan Pajak Reklame Oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan	42
4. Hambatan-Hambatan Dalam Pemungutan Pajak Reklame Kota Medan.....	42
5. Upaya-Upaya yang Dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame	45
6. Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah	46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	47
B. Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Berfikir	26

DAFTAR TABEL

Tabel		Halam
Tabel I.1	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	4
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel III.1	Jadwal Penelitian	30
Tabel IV.1	Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Periode 2012 – 2016	33
Tabel IV.2	Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Periode 2012 – 2016	37
Tabel IV.3	Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan Tahun 2012 – 2016	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayarkan oleh masyarakat. Pajak juga sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

Sebagai salah satu sumber penerimaan negara yang sangat potensial, sektor pajak merupakan pilihan yang sangat tepat, selain karena jumlahnya yang relatif stabil juga merupakan cerminan partisipasi aktif masyarakat dalam membiayai pembangunan. Jenis pungutan di Indonesia terdiri dari Pajak Pusat, Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Bea dan Cukai, penerimaan Negara Bukan Pajak. Salah satu pos pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) adalah Pajak Daerah.

Menurut Pasal 1 angka 6 Undang-Undang No. 34 Tahun 2000 dirumuskan Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Adanya Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Peraturan Daerah tentang pokok-pokok pengelolaan keuangan daerah, membawa paradigma baru dalam pengelolaan daerah, dimana daerah diberikan kewenangan untuk mengelola sendiri kegiatannya yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, pertanggungjawaban, dan pengawasan keuangan daerah. Atau dengan kata lain, daerah berhak mengatur sumber daya daerahnya untuk pencapaian perencanaan yang diharapkan. Dimana otonomi daerah memiliki peran sebagai upaya pemberdayaan daerah untuk mengambil keputusan sesuai dengan potensi dan kepentingan daerah itu sendiri.

Salah satu pajak yang dapat dipungut oleh pemerintah daerah (pemerintah Kabupaten/Kota) adalah Pajak Reklame. Sistem pemungutan pajak ada tiga yaitu *official assessment system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. *Self assessment system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menetapkan sendiri besarnya pajak yang terutang dan *withholding system* adalah salah satu cara pembayaran pajak yang dilakukan melalui pihak terkait yang ditunjuk.

Indonesia menganut *Self Assessment System* yaitu wajib pajak diberi kepercayaan untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri pajak yang terhutang (*self assessment system*), maka disini tidak diperlakukan surat ketetapan pajak. Fiskus dalam hal ini aparat Direktorat Jendral Pajak/Pemerintah Daerah hanya menjalankan fungsi pembinaan, penelitian, pengawasan dan penerapan sanksi administrasi perpajakan. Penagihan pajak dalam sistem *Self Assessment*

System dilaksanakan sedini mungkin sejak timbulnya hutang pajak atau sebelum tanggal jatuh tempo pembayaran atau penyetoran pajak.

Sebagai salah satu daerah otonom, Medan sudah seharusnya melaksanakan program-program pembangunan baik program jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk merealisasikan program pembangunan tersebut, pemerintah kota Medan berusaha untuk mengoptimalkan pendapatan daerah melalui pajak reklame. Karena apabila dilihat dari kontribusinya bagi pajak daerah, pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Daerah yang berpotensi, dan dapat dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah khususnya di Kota Medan.

Hingga akhir tahun anggaran 2014, perolehan pajak terus menurun jauh dari yang diharapkan, dan salah satunya perolehan dari pajak reklame yang pendapatannya menurun drastis hingga 80 persen dari target awal. Disamping itu, pemerintah kota juga takut untuk membongkar paksa tiang dan papan reklame yang belum membayar pajak yang alasannya, masalah hukum dikemudian hari. (Seputar Indonesia; 25/1/2012).

Adapun tabel realisasi perolehan pajak reklame Dinas Pendapatan Kota Medan sebagai berikut :

Tabel I.1
Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

No	Tahun	Target	Realisasi Penerimaan	Persentase (%)
1.	2012	64.161.250.000,00	25.954.919.442,70	40,45
2.	2013	69.161.250.000,00	22.648.466.759,70	32,75
3.	2014	59.161.250.000,00	9.620.486.121,00	16,26
4.	2015	78.352.375.000,00	12.843.133.038,25	16,38
5.	2016	89.852.375.000,00	17.508.256.230,32	19,49

Sumber: Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan

Berdasarkan penjelasan tabel di atas bahwa banyaknya reklame yang tidak membayar pajak yang berada di daerah milik jalan dan pertamanan. Dimana reklame tersebut pungutan sewanya sulit ditarik dan banyak yang perizinannya sudah mati, namun masih berdiri tegak tanpa adanya tindakan dari pemerintah kota. Evaluasi perolehan pajak reklame pada Kota Medan hingga akhir tahun 2014 membuktikan persentasase pencapaiannya yang sangat buruk, dan dinilai sangat tidak memenuhi target perencanaan Pemerintah Kota. Dimana target pendapatan di awal APBD tahun anggaran 2012 mengalami peningkatan yang signifikan sebesar Rp 64.161.250.000.00, namun ditahun 2014 target pendapatan antara realisasi dan pencapaiannya tidak sebanding dimana target pendapatan sebesar Rp 59.161.250.000.00 sedangkan realisasi penerimaan sebesar Rp 17.508.256.230.32. Hal ini terjadi karena masih banyaknya perusahaan/instansi yang menggunakan reklame tidak melakukan pembayaran pajak, sehingga mengakibatkan realisasi penerimaan pajak tidak sesuai dengan target pendapatan.

Dari tahun ke tahun target pendapatan semakin meningkat dikarenakan semakin banyaknya perusahaan/instansi yang menggunakan reklame. Namun tidak sedikit pula yang tidak melakukan pembayaran pajak, sehingga terjadi

penumpukan pajak reklame yang telat bayar. Hal ini akan berdampak pada Pendapatan Asli Daerah karena target pendapatan tidak sesuai dengan realisasi penerimaan.

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti, mengkaji dan menganalisa lebih jauh dan mendalam tentang “**Analisis Pemungutan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Aderah Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Banyaknya reklame yang tidak membayar pajak yang berada di daerah milik jalan dan pertamanan membuat pemungutan pajak semakin tidak efektif dimana persentase terendah pada tahun 2014 yaitu hanya 16,26% dan persentase pada tahun 2016 yaitu 19,49% sedangkan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 realisasi penerimaan pajak reklame tidak mencapai target yang telah ditentukan.
2. Sulitnya menarik pemungutan pajak reklame dan banyak yang perizinannya sudah mati, namun masih berdiri tegak tanpa adanya tindakan dari pemerintah kota. Hal ini dapat dilihat dari evaluasi perolehan pajak reklame pada Kota Medan hingga akhir tahun 2014 membuktikan persentasase pencapaiannya yang sangat buruk, dan dinilai sangat tidak memenuhi target perencanaan Pemerintah Kota dibandingkan pada tahun 2012 mengalami peningkatan yang

signifikan, sedangkan ditahun 2014 target pendapatan antara realisasi dan pencapaiannya tidak sebanding.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah target dan realisasi pemungutan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan?
2. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi serta upaya pelaksanaan pemungutan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui target dan realisasi pemungutan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi serta upaya pelaksanaan pemungutan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk meningkatkan wawasan dan dapat memberikan bukti empiris tentang target dan realisasi pemungutan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta upaya pelaksanaan pemungutan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan.

2. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan dasar acuan atau sumber informasi untuk menambah pengetahuan dibidang perpajakan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

3. Bagi Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan

Sebagai acuan dalam menganalisa target dan realisasi pemungutan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta upaya pelaksanaan pemungutan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Medan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

a. Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Secara garis besar pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu hasil yang diperoleh dari Pemerintah Pusat yang dapat diukur dengan uang karena wewenangnya diberikan kepada masyarakat yang berupa hasil Pajak Daerah dan retribusi daerah, hasil Perusahaan Milik Daerah dan pengelolaan kekayaan daerah serta pendapatan daerah lain-lain yang sah. Pendapatan daerah adalah semua penerimaan daerah dalam bentuk peningkatan aktiva atau penurunan utang dari berbagai sumber dalam periode tahun anggaran bersangkutan.

Menurut Abdul Halim (2014:94), “Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku”. Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan daerah.

b. Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut Abdul Halim (2014:96), kelompok Pendapatan Asli Daerah (PAD) dipisahkan menjadi empat jenis pendapatan yaitu :

1. Pajak Daerah
 - a. Pajak Provinsi
 - b. Pajak Kabupaten/Kota
2. Retribusi Daerah terdiri dari : Retribusi Jasa Umum, Retribusi Jasa Usaha, dan Retribusi Perijinan Tertentu.
3. Hasil Perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan.
4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sah yaitu :
Hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, hasil pemanfaatan atau pendayagunaan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, tuntutan ganti rugi, keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing, dan komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan atau pengadaan barang dan atau jasa oleh daerah.

c. Klasifikasi Pendapatan Daerah

Menurut UU No. 33 Tahun 2004 pendapatan asli daerah terdiri dari :

1. Pajak Daerah

Pengertian pajak daerah berdasarkan UU No. 28 Tahun 2009 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.

2. Retribusi Daerah

Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Objek retribusi daerah ada 3, yaitu :

- a. Jasa umum
- b. Jasa usaha
- c. Perizinan usaha

3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan terdiri dari :

- a. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah/BUMD.
- b. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik pemerintah/BUMN.
- c. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik swasta atau kelompok usaha masyarakat.

4. Lain-lain Pendapatan Hasil Daerah yang dipisahkan

Jenis lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, disediakan untuk menganggarkan penerimaan daerah yang tidak termasuk dalam jenis pajak daerah, retribusi daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan mencakup :

- a. Hasil penjualan asset daerah yang dipisahkan.
- b. Hasil pemanfaatan atau pendayagunaan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan.
- c. Jasa giro.
- d. Bunga deposito.
- e. Penerimaan atas tuntutan ganti rugi.
- f. Penerimaan komisi, potongan ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah serta keuntungan dari selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing.
- g. Pendapatan denda atas keterlambatan pelaksanaan pekerjaan.
- h. Pendapatan denda pajak dan denda retribusi.

- i. Pendapatan hasil eksekusi atas jaminan.
- j. Pendapatan dari pengembalian.
- k. Fasilitas sosial dan fasilitas umum.
- l. Pendapatan dari penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan.
- m. Pendapatan dari angsuran/cicilan penjualan.

2. Pajak

a. Pengertian Pajak

Pengertian Pajak menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang KUP adalah “Kontribusi wajib kepada 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”.

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

Menurut Soemitro, S.H. (2012) “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 Prof. Dr. P.J.A. Andriani yang telah diterjemahkan oleh R. Santoso Brotodiharjo dalam Waluyo (2013:2) mengemukakan “Pajak adalah iuran

atau pungutan kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan perundangan-perundang dengan tidak mendapat kontra prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan”.

Menurut Soemitro dalam Waluyo (2014:1), “Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran”.

Sedangkan menurut S.I Djajadiningrat dikutip dari Siti Resmi (2014:1) pengertian pajak adalah “Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, yang menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi ada jasa timbal balik dari negara langsung untuk memelihara kesejahteraan umum”.

Berdasarkan beberapa pengertian yang dikemukakan para ahli di atas, maka pengertian pajak secara umum adalah suatu kewajiban serta peran aktif warga negara dan anggota masyarakat lainnya untuk membiayai keperluan negara berupa pembangunan nasional yang pelaksanaannya di atas dalam undang-undang dan peraturan-peraturan untuk tujuan kesejahteraan bangsa dan negara.

Dari berbagai definisi yang diberikan terhadap pajak baik dalam arti ekonomis (pajak sebagai pengalihan sumber dari sektor swasta ke sektor pemerintah) atau dari sisi yuridis (pajak adalah iuran yang dapat dipaksakan). Jadi dengan demikian dapat ditarik kesimpulan tentang ciri-ciri yang terdapat pada pengertian pajak antara lain sebagai berikut :

1. Pajak dipungut oleh negara, baik oleh pemerintah pusat maupun oleh pemerintah daerah berdasarkan atas Undang-Undang serta aturan pelaksanaannya.

2. Pemungutan pajak mengisyaratkan adanya alih dana (sumber daya) dari sektor swasta (wajib pajak membayar pajak) ke sektor negara (pemungut pajak/administrator pajak).
3. Pemungutan pajak diperuntukan bagi keperluan pembiayaan umum pemerintah dalam rangka menjalankan fungsi pemerintahan, baik rutin maupun pembangunan.
4. Tidak dapat ditunjukkan imbalan (kontraprestasi) secara individual oleh pemerintah terhadap pembayaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak.
5. Berfungsi sebagai *budgetair* (anggaran) atau mengisi kas negara/anggaran negara yang diperlukan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan, disamping pajak juga berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan negara dalam lapangan ekonomi dan sosial (fungsi mengatur/*regulerend*).

b. Fungsi Pajak

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber utama untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah.

Fungsi pajak menurut Mardiasmo (2013) dalam bukunya yang berjudul “Perpajakan” adalah sebagai berikut :

1. Fungsi Anggaran (*Budgetair*), Pemungutan pajak bertujuan untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya ke dalam 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.
2. Fungsi Mengatur (*Regulated*), 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.

3. Fungsi Redistribusi/pemerataan/penyaluran kembali.

c. Tujuan Pajak

Menurut R. Nuskle (dalam Muchlis, 2012) secara umum tujuan yang dapat dicapai dari diberlakukannya pajak adalah:

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.

d. Asas Pemungutan Pajak

Menurut Early (2011:27) asas-asas pemungutan pajak adalah sebagai berikut:

1. *Equality* (Keadilan/Kesetaraan) Pembebanan pajak diantara subjek hendaknya seimbang dengan kemampuannya, yaitu seimbang dengan penghasilan yang dinikmatinya dibawah perlindungan pemerintah.
2. *Certainty* (Kepastian) Pajak yang dibayar oleh Wajib Pajak harus jelas dan tidak mengenal kompromi (*non arbitrary*). Dalam asas kepastian hukum ini, yang diutamakan adalah mengenai subjek pajak, objek pajak, tarif pajak dan ketentuan mengenai cara pembayarannya, kapan dan di mana.
3. *Convenience of Payment* (kenyamanan pembayaran) Pajak hendaknya dipungut pada saat yang paling baik bagi Wajib Pajak, yaitu saat sedekat-dekatnya dengan saat diterimanya penghasilan/keuntungan yang dikenakan pajak, dikenal dengan asas *pay as you earn* dan pajak juga dapat dipungut pada saat konsumsi yang disebut dengan pajak konsumsi yang dikenal dengan *pay as you go*.
4. *Economic of Collections* (efisien/ekonomis) Pemungutan pajak hendaknya dilakukan sehemat (efisien) mungkin, jangan sampai biaya pemungutan pajak lebih besar dari penerimaan pajak itu sendiri. Dalam arti lain pemungutan pajak

harus netral, tidak menimbulkan distorsi dalam alokasi dan distribusi sumber daya ekonomi.

e. Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Waluyo (2013:7) sistem pemungutan pajak menurut kewenangan pungut dan menetapkan besarnya penetapan pajak, dibagi atas :

- 1) *Official Assesment System*, yaitu sistem pemungutan pajak dimana fiskus/petugas pajak yang diberi kewenangan penuh untuk menghitung berapa besarnya hutang pajak.
- 2) *Self Assesment System*, yaitu sistem pemungutan pajak dimana wajib pajak yang diberi kewenangan penuh untuk menghitung berapa besarnya hutang pajak.
- 3) *Withholding System*, yaitu pihak ketiga diberikan kewenangan untuk menghitung, memungut, dan menyetorkan hutang pajak.

f. Pajak Daerah

Dasar hukum pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah Undang-undang No. 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagaimana telah diatur terakhir dengan Undang-undang No. 28 Tahun 2009.

Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, yang dimaksud dengan 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.

Sedangkan menurut Mardiasmo (2009:7) yang dimaksud pajak daerah adalah pajak yang dipungut daerah berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut.

Masalah pajak daerah dan peranannya dalam menunjang pelaksanaan otonomi daerah di Indonesia sekarang ini belum mendapat perhatian yang serius

sehingga pemungutan dan penagihan pajak daerah belum dapat berjalan dengan optimal. Diperlukan suatu aturan dan regulasi yang jelas akan peraturan pajak daerah agar pelaksanaannya dapat dimaksimalkan oleh semua pemerintah daerah.

Sebagaimana telah diketahui ciri –ciri yang melekat pada pengertian pajak dari berbagai definisi, menurut Waluyo (2011:12) adanya dua fungsi pajak yaitu :

- a. Fungsi penerimaan
Pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntukkan bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran pemerintah.
- b. Fungsi mengatur
Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan di bidang sosial dan ekonomi.

g. Pajak Reklame

1) Pengertian Pajak Reklame

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang salah satunya adalah pajak reklame dan menurut perda Kota Medan No. 11 Tahun 2011 tentang pajak reklame. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut corak ragamnya untuk tujuan komersial dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Pemerintah Daerah Kota Medan masih menggunakan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah sebagai dasar dalam menerapkan pemungutan pajak reklame, disebutkan bahwa pajak daerah ada dua, yaitu :

- a. Pajak Provinsi, yang terdiri dari :
 - 1. Pajak kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air
 - 2. Bea balik nama kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air
 - 3. Pajak bahan bakar kendaraan bermotor
 - 4. Pajak pengambilan air bawah tanah dan air permukaan
- b. Pajak Kabupaten/Kota terdiri dari :
 - 1. Pajak reklame
 - 2. Pajak restoran
 - 3. Pajak hiburan
 - 4. Pajak reklame
 - 5. Pajak penerangan jalan
 - 6. Pajak parkir
 - 7. Pajak pengambilan bahan galian golongan C

Dengan demikian pajak reklame termasuk dalam golongan pajak daerah Kabupaten/Kota. Pajak reklame adalah pajak atas kegiatan atau perbuatan terhadap benda, alat atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya digunakan untuk tujuan komersial sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Secara umum sebelum reklame terpasang bagi wajib pajak yang akan beriklan/memasang reklame diwajibkan untuk mengurus izin-izin usaha kepada pemerintah daerah setempat. Adapun izin-izin yang umum diperlukan adalah :

a. Akta Pendirian Usaha

Akta ini dibuat oleh Notaris, biasanya cukup dengan KTP dan Kartu Keluarga (C1).

b. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

SIUP merupakan izin yang wajib dikantongi karena menyangkut legalitas usaha. SIUP digunakan dalam berbagai kegiatan usaha, diantaranya transaksi perdagangan atau sebagai persyaratan guna mendapatkan kredit dari bank.

c. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

TDP merupakan bentuk lain legalitas perusahaan di mata pemerintah. Hal ini mengidentifikasi bahwa perusahaan tersebut sudah terdaftar di kementerian perindustrian. Ini akan memudahkan perusahaan dalam bergerak karena mendapatkan payung hukum.

d. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

NPWP merupakan kewajiban seseorang / badan usaha yang taat hukum. NPWP menunjukkan bentuk tanggung jawab negara. NPWP merupakan sarana administratif perpajakan sebagai tanda pengenal pribadi atau identitas perusahaan dalam memenuhi hak dan kewajiban membayar pajak.

e. Surat Keterangan Domisili (SKD) Perusahaan

SKD Perusahaan diperlukan dalam pembayaran pajak. Dalam pembuatan TDP, SKD dapat diganti dengan UUG (Izin Gangguan). Surat Keterangan Domisili bisa diperoleh dengan pengurusan ke RT, RW, Kelurahan dan Kecamatan.

2) Subjek dan Objek Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 2 Tahun 2004 tentang Pajak Reklame, yang disebut sebagai subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan atau memesan reklame. Sedangkan objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame, yang meliputi: Reklame papan/*billboard*/*videotron*/*megatron* dan sejenisnya: Reklame kain, Reklame melekat, stiker, Reklame selebaran, Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, Reklame udara, Reklame apung, Reklame suara, Reklame film/*slide*, dan Reklame peragaan.

Dan menurut penyelenggaraannya, reklame dibagi menjadi: reklame permanen yaitu reklame megatron dan reklame papan dengan luas bidang 8m² (delapan meter persegi) ke bawah yang diselenggarakan dipersil atau reklame berjalan; reklame terbatas yaitu reklame megatron dan papan dengan luas bidang lebih dari 8m² (delapan meter persegi) yang diselenggarakan di lokasi persil atau reklame megatron dan reklame papan yang diselenggarakan di lokasi bukan persil; dan reklame insidental yaitu baliho, kain, reklame peragaan, reklame selebaran, reklame melekat, reklame film, reklame udara, reklame apung, dan reklame suara.

3) Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Menurut Ahmad (2009, hal 51) “pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait”. Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada Kabupaten atau Kota sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844).
- b. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 nomor 130), Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049).
- c. Peraturan Pemerintahan Nomor 91 Tahun 2010 tentang Jenis Pajak yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah atau dibayar sendiri oleh Wajib Pajak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 153, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5179).

4) Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar pengenaan Pajak Reklame sebagai berikut :

- a. Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR) yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame.
- b. Dalam hal reklame diselenggarakan Pihak Ketiga, Nilai Sewa Reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.
- c. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi

penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.

- d. Dalam hal ini Nilai Sewa Reklame tidak diketahui dan atau dianggap tidak wajar, Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.
- e. Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame ditetapkan oleh Peraturan Daerah.
- f. Nilai sewa reklame ditentukan melalui Total Nilai Objek Pajak dan Total Nilai Strategis Reklame.

$$\text{NSR} = \text{NJOR} + \text{NSPR}$$

- g. Hasil perhitungan Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan Keputusan Kepala Daerah.

5) Tarif Pajak Reklame

Tarif pajak reklame di tetapkan paling itnggi dua puluh lima persen (25%)

Danditetapkan dengan peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan.

$$\text{Pajak Reklame} = 25\% \times \text{NSR}$$

6) Perhitungan Pajak Reklame

Besaran pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Secara umum perhitungan Pajak Reklame adalah sesuai dengan rumus berikut.

$$\begin{aligned} \text{Pajak Terhutang} &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak (sisi} \times \text{unit} \times \text{bln)} \\ &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Nilai Sewa Reklame} \end{aligned}$$

7) Masa Pajak dan Tahun Pajak Reklame

Pada Pajak Reklame, masa pajak merupakan jangka waktu yang lamanya sama dengan satu bulan takwin atau jangka waktu lain yang ditetapkan dengan keputusan bupati/walikota. Dalam pengertian masa pajak bagian dari bulan dihitung satu bulan. Tahun pajak adalah jangka waktu yang lamanya satu tahun takwin kecuali wajib pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwin. Umumnya masa pajak adalah jangka waktu tertentu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Penetapan masa pajak yang tidak hanya satu bulan takwin dapat dilihat pada contoh di bawah ini :

- a. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu tahun ditetapkan bagi Pajak Reklame jenis *megatron*, *vidiotron* (*dinamicsboard*, *video wall*), *billboard*/papan (bando jalan, jembatan penyebrangan orang, papan, *neon sign*, *neon box*), reklame berjalan/kendaraan, dan reklame suara/permanen.
- b. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu bulan ditetapkan bagi Pajak Reklme jenis reklame melekat (*template*, poster, dan stiker), reklame udara/balon, film/slide, dan reklame peragaan (permanen).
- c. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu hari ditetapkan bagi Pajak Reklame jenis belagio dan kain/spanduk/umbul-umbul/banner.
- d. Masa pajak untuk jangka waktu yang lamanya satu kali penyelenggaraan ditetapkan bagi Pajak Reklame jenis selebaran/brosur/leaflet, reklame suara (tidak permanen), dan reklame peragaan (tidak permanen).

Pajak yang terutang merupakan Pajak Reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak pada saat, dalam masa pajak, atau dalam tahun pajak menurut ketentuan peraturan daerah tentang Pajak Reklame yang ditetapkan oleh pemerintah daerah kabupaten/kota setempat. Saat pajak terutang dalam masa pajak ditentukan menurut keadaan, yaitu pada saat penyelenggaraan reklame.

Pajak Reklame yang terutang dipungut di wilayah kabupaten/kota setempat reklameberlokasi. Hal ini terkait dengan kewenangan pemerintah kabupaten/kota yang hanya terbatas atas setiap reklame yang berlokasi dan terdaftar dalam lingkup wilayah administrasinya.

8) Cara Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan Pajak Reklame tidak dapat diborongkan. Artinya, seluruh proses kegiatan pemungutan Pajak Reklame tidak dapat diserahkan kepada pihak ketiga. Walaupun demikian, dimungkinkan adanya kerja sama dengan pihak ketiga dalam proses pemungutan pajak, antara lain pencetakan formulir perpajakan, pengiriman surat-surat kepada wajib pajak, atau penghipunan data objek dan subjek pajak. Kegiatan yang tidak dapat dikerjasamakan dengan pihak ketiga adalah kegiatan penghitungan besarnya pajak yang terutang, pengawasan penyeteroran pajak, dan penagihan pajak.

Tata cara pembayaran dan penagihan pajak reklame adalah :

- a. Jatuh tempo pembayaran dan penyeteroran pajak terutang ditetapkan sebagai berikut :
 1. Reklame tetap terbatas ditetapkan 7 hari kerja.
 2. Reklame tetap permanen ditetapkan 5 hari kerja.

3. Reklame insidental ditetapkan 1 hari kerja.
- b. Surat ketetapan pajak daerah (SKPD), Surat pemberitahuan pajak daerah (SPTPD), Surat Keputusan Pembetulan, Surat Keputusan Keberatan dan Putusan Banding, yang menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar bertambah merupakan dasar penagihan pajak dan harus dilunasi dalam jangka waktu paling lama 1 (satu) bulan sejak tanggal diterbitkan.
- c. Walikota atas permohonan wajib pajak setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dapat memberikan persetujuan kepada Wajib Pajak untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak, dengan dikenakan bunga sebesar 2% (dua persen) setiap bulan.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

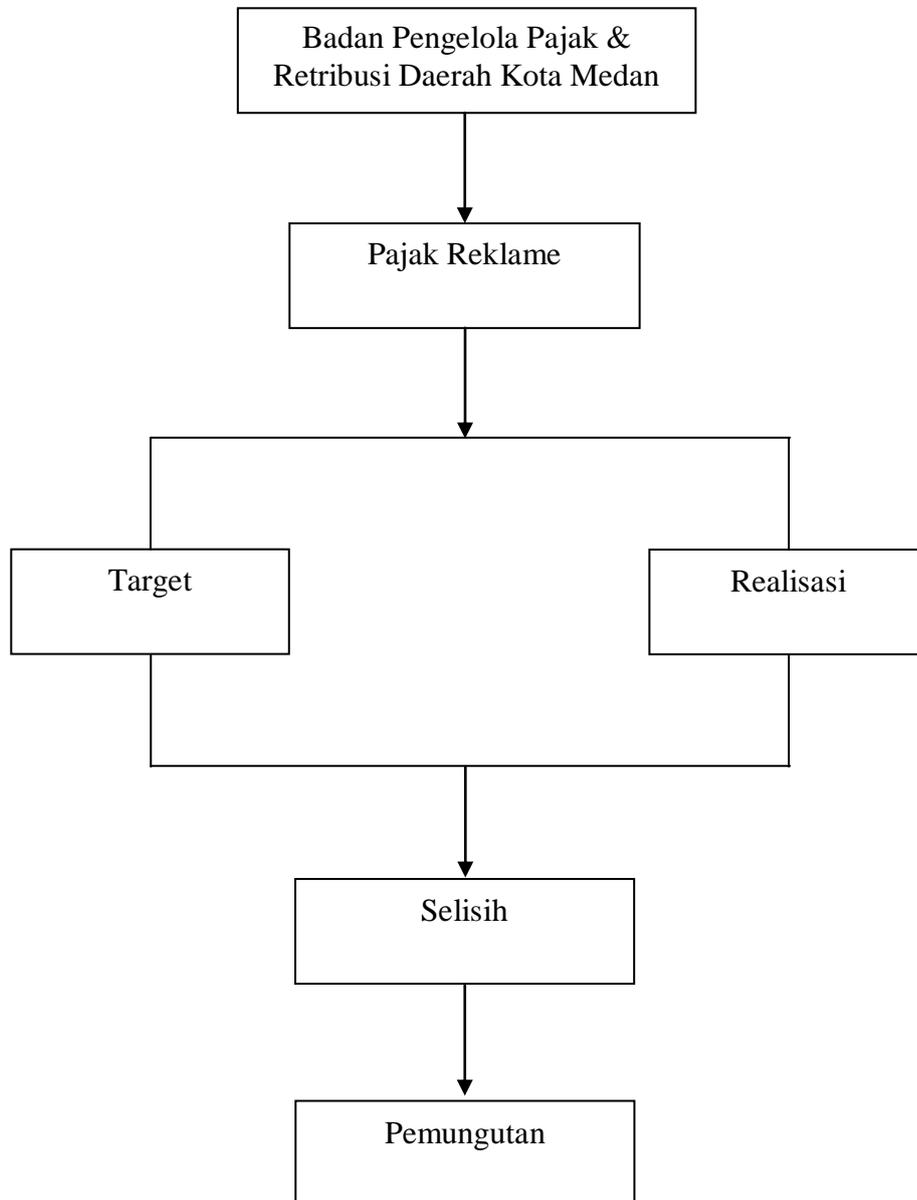
No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Reny Rinawati (2011)	Analisis Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya	Analisis regresi sederhana	Hasil analisis dan pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Kota Surabaya, namun penerimaan pajak reklame pada Kota Surabaya memiliki hubungan yang kuat dan positif atau searah.

2.	Santhya Widowati (2013)	Analisis Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Sidoarjo	Analisis kuantitatif	Hasil analisis dan pembahasan pada perkembangan Pajak Reklame mulai tahun 2011 target sebesar 1.905.993.882.859,38, nilai realisasi 2.005.191.397.714,27 presentase 105,20 %. Sedangkan tahun 2012 target 2.284.511.936.806,00, nilai realisasi 2.317.444.096.384,41, dan presentase 101,44 %. Apabila tahun 2013 ini target mengalami kenaikan 2.644.581.299.007,00, nilai realisasi 2.695.270.157.664,95, dan presentase 101,95 %. Untuk kontribusi pajak reklame dari tahun 2011 sebesar 1,68 %, tahun 2012 1,28%, tahun 2013 1,03% mengalami penurunan dan disebabkan proporsi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo kurangnya peminat konsumen untuk memasang pajak reklame.
3.	Budi Santoso (2012)	Analisis Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Ngawi	Analisis deskriptif	Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa laju pertumbuhan pajak reklame lebih besar dibandingkan dengan laju pertumbuhan pajak daerah terbukti benar. Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah meskipun berfluktuatif namun pada akhir tahun 2010 terjadi kenaikan yang cukup tinggi, sedangkan untuk efektifitas pajak reklame berdasarkan analisis penelitian ini membuktikan bahwa keefektifitasnya diatas 100% yang berarti bahwa pajak reklame disini sangatlah efektif.

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

C. Kerangka Berfikir

Gambar II.1
Skema Kerangka Berfikir



Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Dalam membiayai pembangunan, salah satu upaya pemerintah daerah adalah menyerap dari sektor pajak. Hal ini dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan untuk melakukan usaha-usaha peningkatan pajak daerah yang salah

satunya adalah pemungutan pajak reklame secara optimal untuk mengisi kas daerah guna membiayai pembangunan. Kerangka berfikir disini adalah bagaimakah target dan realisasi pemungutan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan apakah faktor-faktor yang mempengaruhi serta upaya pelaksanaan pemungutan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah (PAD).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif sebagai arah penelitian dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui sampai sejauh mana pemungutan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Alasan peneliti memilih 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. Definisi Operasional

Menurut Hatch dan Farhady (dalam Sugiyono, 2012:38-39) mendefinisikan variabel sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Dalam hal ini variabel yang diteliti adalah perhitungan dan pelaporan pajak reklame terhadap peningkatan pendapatan asli daerah.

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemungutan pajak reklame adalah pajak atas kegiatan pemasangan reklame diberbagai media sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
3. Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang diperoleh dari sumber pendapatan daerah dan dikelola oleh pemerintah daerah.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Dalam pengumpulan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini, maka yang menjadi tempat penelitian adalah Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, yang bertempat di Jalan. Abdul Haris Nasution No.32 Medan 20143, telp : (061) 7851694.

2. Waktu Penelitian

Aktivasi penelitian ini secara keseluruhan dilaksanakan selama empat bulan bulan, sejak Desember 2017 sampai dengan Maret 2018.

Tabel III.1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan			
		Des' 17	Jan' 18	Feb' 18	Mart' 18
1.	Pengajuan Judul	■			
2.	Pra Riset		■		
3.	Penyusunan Proposal			■	
4.	Bimbingan Proposal			■	
5.	Seminar Proposal				■
6.	Perbaikan Proposal				■
7.	Bimbingan Skripsi				■
8.	Sidang Meja Hijau				■

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Berhubungan dengan judul yang dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian lapangan. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yakni suatu penelitian yang menggunakan tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti dan benda-benda yang diamati sampai detilnya.

2. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua metode yaitu:

- a. Data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media prantara), dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi, dalam keterangan-keterangan terkait data pemungutan pajak reklame, data Pendapatan Asli

Daerah, dan jumlah reklame yang ada di Kota Medan, yaitu berupa pertanyaan yang diberikan kepada Kepala Seksi Pajak Daerah yang bertanggung jawab dibidang Pajak Reklame serta Pendapatan Asli Daerah.

- b. Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media prantara yang diperoleh dari perusahaan dan yang sudah diolah oleh pihak ketiga. Dalam penelitian ini data sekunder yang dikumpulkan adalah data pemungutan pajak reklame, data Pendapatan Asli Daerah, dan jumlah reklame yang ada di Kota Medan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:137), “Teknik pengumpulan data adalah ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara”.

Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Studi dokumentasi/studi pustaka yaitu melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dokumen, buku-buku, literatur yang berhubungan dengan pada Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.
2. Interview (wawancara) yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara sehingga terjadi tanya jawab secara lisan dengan staf atau pihak-pihak yang berhubungan dengan objek yang diamati, dimana teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data atau keterangan secara langsung yang sehubungan dengan Pajak Reklame.

F. Teknik Analisa Data

Metode deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran jelas melalui pengumpulan, penyusunan, dan penganalisisan data, sehingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang sedang diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Berdasarkan penelitian yang diteliti dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan diperoleh data berupa tabel target dan realisasi pendapatan daerah Kota Medan selama 5 tahun khusus Pajak Reklame pada tabel IV.1 di bawah ini.

Tabel VI.1
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Periode 2012 – 2016

Tahun	Target	Realisasi Penerimaan
2012	64.161.250.000,00	25.954.919.442,70
2013	69.161.250.000,00	22.648.466.759,70
2014	59.161.250.000,00	9.620.486.121,00
2015	78.352.375.000,00	12.843.133.038,25
2016	89.852.375.000,00	17.508.256.230,32

Sumber: Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan

Dari tabel di atas maka dapat diketahui realisasi pajak reklame pada tahun 2012 Rp. 25.954.919.442,70 dari target yang telah ditentukan sebesar Rp. 64.161.250.000. Tahun 2013 yang terealisasi Rp. 22.648.466.759,70 dari target pajak yang ditetapkan Rp. 69.161.250.000. Adapun pada tahun 2014 target diturunkan dari tahun sebelumnya menjadi Rp. 59.161.250.000 namun yang terealisasi hanya sebesar Rp. 9.620.486.121. Pada tahun 2015 target dinaikan dari tahun sebelumnya menjadi Rp. 78.352.375.000 namun yang terealisasi hanya

sebesar Rp. 12.843.133.038,25. Pada tahun 2016 realisasi Rp. 17.508.256.230,32 dari target pajak yang ditetapkan sebesar Rp. 89.852.375.000.

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

2. Sistem Pemungutan Pajak Reklame Oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

Kewenangan pemungutan pajak reklame di Pemerintah Kota Medan dilaksanakan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Medan No. 11 Tahun 2011 tentang pajak reklame. Berdasarkan peraturan daerah tersebut, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan merupakan unsur pelaksana pemerintah kota yang mempunyai tugas membantu Walikota melaksanakan kewenangan pemerintah daerah di bidang pendapatan daerah dalam rangka pelaksanaan tugas desentralisasi dan tugas pembantuan.

Menurut ketentuan Pasal 1 Angka 9 Peraturan Daerah Kota Medan No. 11 Tahun 2011 pengertian "Pajak Daerah yang selanjutnya disebut Pajak adalah kontribusi Wajib Pajak kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau Badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah

bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”. Sedangkan menurut ketentuan Pasal 1 Angka 10 Peraturan Daerah Kota Medan No. 11 Tahun 2011 pengertian “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”.

Selanjutnya untuk memperjelas mana objek pajak reklame dan nama yang bukan objek pajak reklame sehingga di dalam penetapan wajib pajak reklame dapat jelas. Untuk itu, yang termasuk dalam klasifikasi-klasifikasi objek pajak reklame sebagaimana diatur dalam Pasal 2 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Medan No. 11 Tahun 2011 adalah sebagai berikut :

- b. Reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya
- c. Reklame kain
- d. Reklame melekat, stiker
- e. Reklame selebaran
- f. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan
- g. Reklame udara
- h. Reklame apung
- i. Reklame suara
- j. Reklame film/slide
- k. Reklame peragaan

Kemudian yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame di Kota Medan adalah sebagai berikut :

- 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.
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.

Selanjutnya subjek dan wajib pajak reklame dalam Pasal 4 ayat (1) dan (2) adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan dan menyelenggarakan reklame. Pasal 4 ayat (3) dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau Badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan tersebut. Pasal 4 ayat (4) dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame. Pasal 4 ayat (5) setiap orang pribadi atau Badan yang akan menyelenggarakan reklame di Daerah wajib memperoleh izin tertulis atau pengesahan dari Walikota. Pasal 4 ayat (6) untuk memperoleh izin sebagaimana dimaksud pada ayat (5), yang bersangkutan harus mengajukan permohonan secara tertulis kepada Walikota. Pasal 4 ayat (7) ketentuan lebih lanjut mengenai Tata Cara dan persyaratan perizinan, diatur dengan Peraturan Walikota.

3. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

Menurut Abdul Halim (2002:129), kemampuan daerah dalam melaksanakan tugas dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai minimal sebesar 1 atau 100%, sehingga apabila rasio efektivitasnya semakin tinggi menggambarkan kemampuan daerah semakin baik. Berdasarkan penelitian yang diteliti dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan diperoleh data berupa tabel target dan realisasi pendapatan daerah Kota Medan selama 5 tahun khusus Pajak Reklame pada tabel di bawah ini :

Tabel IV.2
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Pada Badan Pengelola Pajak dan
Retribusi Daerah Kota Medan Periode 2012 – 2016

Tahun	Target (Rp)	Realisasi Penerimaan (Rp)	Selisih (Rp)	Persentase (%)	Kriteria
2012	64.161.250.000,00	25.954.919.442,70	38.206.330.557,30	40,45	Tidak Efektif
2013	69.161.250.000,00	22.648.466.759,70	46.512.783.240,30	32,75	Tidak Efektif
2014	59.161.250.000,00	9.620.486.121,00	49.540.763.879,00	16,26	Tidak Efektif
2015	78.352.375.000,00	12.843.133.038,25	65.509.241.961,75	16,38	Tidak Efektif
2016	89.852.375.000,00	17.508.256.230,32	72.344.118.769,68	19,49	Tidak Efektif

Sumber:Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan

Berdasarkan tabel IV.2 mengenai target dan realisasi pajak reklame pada tahun anggaran 2012 dapat dilihat bahwa target pajak reklame sebesar Rp. 64.161.250.000,- dan realisasi sebesar Rp. 25.954.919.442,70 dengan presentase 40,45% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2013 sebesar Rp. 69.161.250.000,- dan realisasi sebesar Rp. 22.648.466.759,70 dengan presentase 32,75% atau dengan

kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2014 sebesar Rp. 59.161.250.000,- dan realisasi sebesar Rp. 49.540.763.879,- dengan presentase 16,26% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2015 sebesar Rp. 78.352.375.000,- dan realisasi sebesar Rp. 12.843.133.038,25 dengan presentase 16,38% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2016 sebesar Rp. 89.852.375.000, dan realisasi sebesar Rp. 17.508.256.230,32 dengan persentase 19,49% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai.

Dari data tersebut dapat dilihat pada tahun 2012 sampai dengan 2016 penerimaan pajak reklame tidak sesuai dengan yang direncanakan, jika kita membandingkan antara target (anggaran) dengan realisasi pajak reklame di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan target yang telah ditetapkan tidak pernah tercapai yang kemudian terdapat selisih yang merugikan dan menunjukkan tingkat pencapaian yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tidak efektif yang kemudian dapat berdampak pada pendapatan asli daerah. Hal ini tidak sesuai dari banyaknya jumlah objek pajak reklame yang terdaftar yang seharusnya realisasi yang terjadi tidak terlalu jauh atau dapat mencapai target.

B. Pembahasan

1. Peranan Pajak Reklame Bagi Pendapatan Asli Daerah Kota Medan

Pajak reklame memiliki peranan penting sebagai bagian dari pendapatan asli daerah. Pemerintahan Kota Medan setiap tahunnya selalu menargetkan pendapatan daerah dari seluruh jenis pajaknya, termasuk salah satunya adalah pajak reklame. Perkembangan perolehan pajak reklame untuk tahun 2012 - 2016 dapat terlihat pada tabel IV.2.

Berdasarkan tabel IV.2 tersebut diketahui bahwa tahun 2012 terjadi penurunan pencapaian sebanyak 40,45%. Namun demikian, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dapat menurunkan pencapaian di tahun 2013 menjadi 32,75%. Kemudian pada tahun 2014 mengalami penurunan pencapaian kembali sebesar 16,26%. Selanjutnya tahun 2015 pencapaian ini kembali mengalami kenaikan sebesar 16,38%. Dan pada tahun 2016 mengalami kenaikan pencapaian sebesar 19,49%.

Menurut Nurlan (2008:135), "Pendapatan asli daerah adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah". Pendapatan asli daerah dipungut berdasarkan peraturan daerah yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia yaitu UU 33 Tahun 2004.

Selanjutnya, peranan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel IV.3
Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan
Tahun 2012 - 2016

Tahun	Pajak Reklame (Rp)	Pendapatan Asli Daerah (Rp)	Kontribusi Pajak Reklame (%)
2012	25.954.919.442,70	1.147.901.461.607,38	2,27
2013	22.648.466.759,70	1.206.169.709.147,73	1,88
2014	9.620.486.121,00	1.384.246.114.729,62	0,7
2015	12.843.133.038,25	1.413.442.053.247,36	0,91
2016	17.508.256.230,32	1.535.309.574.014,91	1,15

Sumber : Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan (Data Diolah, 2018)

Berdasarkan tabel IV.3 di atas kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Medan di tahun 2012 mencapai 2,27%. Kemudian di tahun 2013 pencapaian pajak reklame terhadap PAD mengalami penurunan sebesar 1,88%. Kemudian tahun 2014 kontribusi pajak reklame terhadap PAD terjadi penurunan sebesar 0,7%. Namun pada tahun 2015 terjadi kenaikan pencapaian kontribusi pajak reklame terhadap PAD sebesar 0,91%. Selanjutnya pada tahun 2016 terjadi kenaikan pencapaian kontribusi pajak reklame terhadap PAD lagi sebesar 1,15%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa selama lima tahun mulai dari 2012 sampai 2016 kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Medan mengalami penurunan.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemungutan Pajak Reklame

Setelah melihat tidak berhasilnya Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan untuk mendapatkan anggaran sesuai dengan yang ditargetkan, tentu hal itu terjadi karena adanya faktor-faktor yang membuat anggaran gagal di realisasikan. Beberapa faktor tersebut adalah :

- a. Masih banyak wajib pajak reklame yang tidak melaporkan SPTPD secara benar dan tepat waktu. Jika saja wajib pajak melaporkan SPTPD secara benar dan tepat waktu maka BPPRD Kota Medan tidak begitu mendapat kendala dalam pemungutannya.
- b. Banyak wajib pajak yang tidak membayar pajak sesuai tarif yang sudah ditetapkan dalam Surat Ketetapan Pajak Daerah. Kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak sesuai SKPD dan itu menyebabkan dari salah satu tidak terealisasinya anggaran pajak reklame.
- c. Banyaknya pemasangan objek reklame liar tanpa izin dan juga tidak mengurus pajaknya. Jika saja wajib pajak yang melakukan pemasangan objek reklame liar terlebih dahulu melakukan izin dan mengikuti proses dalam pemasangannya bisa diharapkan realisasi pajak reklame mencapai anggarannya, karena salah satu dari penentuan target anggaran adalah dengan melihat perkembangan secara langsung yang ada di Kota Medan.
- d. Masih rendahnya regulasi/peraturan yang di lakukan BPPRD Kota Medan terhadap wajib pajak yang tidak patuh akan pajaknya. Dikarenakan masih rendahnya ketegasan petugas pajak dalam melakukan regulasi/peraturan terhadap wajib pajaknya, dan dapat terlihat dari belum tercapainya realisasi penerimaan pajak reklame.

3. Proses Pemungutan Pajak Reklame Oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

Tata cara pemungutan pajak reklame berdasarkan Peraturan Daerah Pasal 12 yaitu :

- (1) Pemungutan Pajak Daerah dilarang diborongkan.
- (2) Wajib Pajak yang memenuhi kewajiban perpajakan berdasarkan penetapan Walikota dibayar dengan menggunakan SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan.
- (3) Dokumen lain yang dipersamakan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), berupa karcis dan nota perhitungan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pembayaran pajak diatur dengan Peraturan Walikota.

Selanjutnya Pasal 13 menjelaskan bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara penerbitan SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (2), diatur dengan Peraturan Walikota.

4. Hambatan-Hambatan Dalam Pemungutan Pajak Reklame Kota Medan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan penulis pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dalam pelaksanaan tugasnya masih menemui banyak hambatan. Hambatan-hambatan tersebut berasal dari internal (dalam lingkungan Badan Pengelola Pajak dan

Retribusi Daerah Kota Medan) maupun dari eksternal (luar lingkungan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan) yaitu :

a. Hambatan Internal

1) Keterlambatan Penyampaian Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD)

Ketidakjelasan data yang akan dimasukkan ke dalam komputer menyebabkan SKPD tidak bisa dicetak sehingga terjadi keterlambatan penyampaian dan penandatanganan oleh Kepala Dinas Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

2) Sistem Komputerisasi Pendapatan Asli Daerah

Apabila terjadi kerusakan dalam sistem komputerisasi, penetapan pajak tidak dapat dilakukan.

3) Sanksi Administrasi

Sanksi yang diterapkan Pemerintah Kota Medan belum dilaksanakan secara utuh (kurang tegas) sesuai dengan Pasal 23 Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame.

b. Hambatan Eksternal

1) Perlawanan Pasif

Maksudnya masyarakat enggan (pasif) membayar pajak, yang disebabkan :

a) Perkembangan intelektual dan moral masyarakat.

b) Sistem perpajakan yang mungkin sulit dipahami masyarakat.

Perlawanan yang inisiatifnya bukan dari wajib pajak itu sendiri tetapi terjadi karena keadaan yang ada di sekitar wajib pajak itu yang mempersulit pemungutan pajak dan yang erat hubungannya dengan

struktur ekonomi suatu negara, perkembangan intelektual dan moral penduduk, dan dengan teknik pemungutan pajak itu sendiri sehingga dalam penyelenggaraannya tersebut dapat merugikan pemerintah daerah. Salah satu contoh reklame dalam perlawanan pasif adalah Reklame Pembatas Jalan atau *Road Barrier*.

2) Perlawanan Aktif

Perlawanan aktif meliputi semua usaha dan perbuatan yang secara langsung ditujukan kepada petugas pajak dengan tujuan untuk menghindari pajak, bentuknya antara lain :

- a) *Tax avoidance*, usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar undangundang. Salah satu contoh reklame yang berhubungan dengan *tax avoidance* ini adalah *etalase*.
- b) *Tax evasion*, usaha meringankan beban pajak dengan cara melanggar undang-undang (menggelapkan pajak). Salah satu contoh reklame yang termasuk dari *tax evasion* ini adalah spanduk liar yang dipakai oleh pedagang kaki lima atau stiker yang disebarakan tanpa izin dari pemerintah.

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa dalam proses pemungutan pajak reklame masih mengalami hambatan yang cukup besar. Oleh karena itu, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan berusaha untuk mengatasi hambatan itu dengan beberapa upaya.

5. Upaya-Upaya yang Dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame

Berbagai banyak upaya dan kebijakan telah dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Medan khususnya mengenai pajak reklame, yaitu :

- a. Melakukan himbauan terus-menerus kepada wajib pajak yang melakukan pelanggaran.
- b. Wajib pajak yang tidak melaporkan SPTPD akan dikirimkan surat teguran atas keterlambatan melaporkan SPTPD setiap bulan.
- c. Menjalani kerja sama dengan SKPD yang terkait izin usaha, seperti Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Kota Medan.
- d. Melakukan penagihan langsung kepada wajib pajak yang memiliki tunggakan pajak atas usahanya.
- e. Melakukan kegiatan dan intensifikasi pajak reklame, dengan melakukan pendataan pajak reklame secara rutin melalui 7 UPT di wilayah Kota Medan.
- f. Dikenakan denda jika wajib pajak melakukan penyimpangan minimal sebesar 2%.

6. Potensi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah

Potensi pajak reklame sebagai berikut :

a. Potensi Obyek Pajak Reklame

Potensi obyek pajak reklame ini di Kota Medan sangatlah besar dikarenakan dari adanya perbandingan nilai realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah yang setiap tahun anggarannya dapat berpengaruh untuk berkontribusi. Dengan adanya berkontribusi diharapkan nantinya dapat dijadikan sebagai tepat promosi atau pemasangan reklame dengan letak yang strategis, dan ada banyaknya pula bahwa industri atau perdagangan di Kota Medan dengan pemasangan reklame ini sesuai dengan keinginan konsumen tergantung dari segi ukuran dan ada lampu penerangan tanpa penerangan pula tujuannya juga dapat memperlancar tingkat penerimaan pajak reklame tersebut.

b. Potensi Subyek Pajak Reklame

Adanya jumlah wajib pajak di Kota Medan setiap tahunnya akan mengalami kenaikan disebabkan semakin banyak perusahaan yang giat untuk mempromosikan produk dengan kualitas agar pelanggan yang lain mengenal dan pesaing yang lain akan mengerti produk tersebut. Pemasukannya pendapatan Pajak Reklame meskipun masih belum sesuai dengan target yang ditentukan dan pemasangan juga tidak sesuai dengan kawasan rayon A, B, C, ekonomi 1, dan ekonomi 2 dikarenakan masih terdapat banyaknya pemasangan reklame liar, namun sesuai tidak tarif pemasangan itu adanya penerangan lampu atau tanpa penerang lampu pada reklame tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian serta analisis yang penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis akan mencoba untuk menarik kesimpulan mengenai Analisis Pemungutan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan, dan selanjutnya memberikan saran sehubungan dengan uraian-uraian yang dikemukakan.

A. Kesimpulan

1. Tidak tercapainya realisasi pajak reklame yang direncanakan disebabkan adanya beberapa faktor yaitu masih rendahnya kesadaran wajib pajak dalam pelaporan SPTPD setiap bulannya, masih banyak wajib pajak yang tidak membayar sesuai dengan SKPD, banyak pemasangan objek reklame liar tanpa izin dan tidak melakukan pembongkaran, dan rendahnya regulasi yang kurang tegas terhadap wajib pajak.
2. Mekanisme yang telah dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan dalam menetapkan sistem pemungutan pajak reklame dilakukan sesuai dengan Peraturan Daerah No. 11 Tahun 2011 yang menerapkan sistem *Official Assesment System*, dimana besarnya pajak yang harus dilunasi atau pajak terutang oleh wajib pajak ditentukan oleh fiskus.

3. Peranan pajak reklame bagi pendapatan asli daerah Kota Medan dinilai kurang efektif, karena selama lima tahun dari tahun 2012 sampai 2016 Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tidak mengalami pencapaian yang baik. Artinya, selama lima tahun Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan kurang efektif di dalam membuat target pajak reklame sehingga target setiap tahun tidak tercapai.

B. Saran

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

1. Sebaiknya pemerintah dan BPPRD Kota Medan bisa lebih memperhatikan potensi pajak reklame yang ada dan petugas pemungutan pajak lebih baik langsung terjun ke lapangan untuk melakukan penilaian atau melakukan sosialisasi intensif kepada wajib pajak tentang peraturan daerah kota medan nomor 11 tahun 2011 tentang pajak reklame.
2. Pada pihak-pihak yang terkait untuk pajak reklame ini dapat memberikan arahan untuk wajib pajak supaya tidak melakukan kesalahan-kesalahan sehingga dapat berkesinambungan dengan petugas-petugas pemungut dan penyuluhan. Atau memungkinkan perlu dilakukan pendidikan dan latihan intensif bagi petugas pajak untuk mendorong pelayanan pajak lebih baik melalui *Official Assesment System*, dimana besarnya pajak yang harus dilunasi atau pajak terutang oleh wajib pajak ditentukan oleh fiskus.

3. Peningkatan dalam pendapatan pajak reklame sangat dibutuhkan untuk di masa mendatang agar dapat memperoleh hasil yang maksimal dengan mencari objek-objek reklame yang baru dikenakan untuk dapat memaksimalkan penerapan wajib pajak dalam melakukan peningkatan terhadap upaya pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani. 2009. *Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah Di Indonesia*. Edisi Revisi Keempat. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arif, Muchlis, B., dan Iskandar. 2012. *Akuntansi Pemerintah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darise, Nurlan. 2008. *Akuntansi Keuangan Daerah (Akuntansi Sektor Publik)*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Halim, Abdul. 2014. *Akuntansi dan Pengendalian Keuangan Daerah*. Hal: 322. Jogjakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Harian Seputar Indonesia. Pajak Reklame Menurun 30%; Rabu 25 Januari 2012. Akses tanggal 19 Juni 2012, 22:12. www.seputarindonesia.com/edisicetak/content/.../463499/
- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: ANDI
- 2013. *Perpajakan*. Edisi Revisi XVII 2013. Yogyakarta: Penerbitan Andi.
- Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 2 Tahun 2004. Tentang Pajak Reklame. http://pemkomedan.go.id/file/h_1228460360.pdf
- Peraturan Daerah Kota Medan No. 11 Tahun 2011. *Tentang Pajak Reklame*. Pemerintah Kota Medan, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- Peraturan Pemerintahan Nomor 91 Tahun 2009. *Tentang Jenis Pajak yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah atau dibayar sendiri oleh Wajib Pajak*.
- Peraturan Pemerintahan Nomor 91 Tahun 2010. *Tentang Jenis Pajak yang Dipungut Berdasarkan Penetapan Kepala Daerah atau Dibayar Sendiri Oleh Wajib Pajak*. http://www.djpk.depkeu.go.id/attach/post-pp-no-91-tahun-2010-tentang-jenis-pajak-daerah-yang-dipungut-berdasarkan-penetapan-kepala-daerah-atau-dibayar-sendiri-oleh-wajib-pajak/--603-815-PP_No_91_Tahun_2010_.pdf
- Siti Resmi. 2013. *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.

- Soemitro, Rochmat. 2012. *Teori Perpajakan dan Teknis Pemungutan*. Bandung: Graha Ilmu.
- Suandy, Early. 2011. *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008. Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah. www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/fl56152/parent/28063
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997. Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. www.bpkp.go.id/uu/filedownload/2/46/456.bpkp
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 angka 1. Pengertian Pajak. sukmautama.blogspot.com/2013/01/pengertian-pajak-menurut-para-ahli.html
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Dan Retribusi Daerah.
- Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000. Tentang Perubahan atas Undang-undang Republik Indonesia No. 18 tahun 1997 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah. www.djpk.kemenkeu.go.id/?p=347
- Undang-Undang KUP dan Peraturan Pelaksanaannya Pasal 1 Ayat 1. www.pajak.go.id/sites/.../UU-KUP-001-13-UU%20KUP%202013-00%20Mobile.pdf
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009. Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Akses 13 Juni 2012. http://djkd.depdagri.go.id/download.php?namafile=46_1.pdf&jenis=prudukhukum
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004. *Tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah*. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah.
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia*. Edisi Sepuluh. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.

..... 2013. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

..... 2014. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.