

**Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame  
Pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi  
Daerah Kota Medan**

**SKRIPSI**

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



**Oleh**

**Nama : DHINY AMALIA**  
**Npm : 1305170286**  
**Program studi : AKUNTANSI**

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

## ABSTRAK

**DHINY AMALIA. NPM. 1305170286. Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan, 2017. Skripsi**

Penulisan skripsi ini dibuat melalui penelitian yang dilakukan di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana pengawasan pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan dan Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan belum tercapainya realisasi pajak reklame sesuai dengan target yang ditentukan.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif yaitu, pendekatan yang dilakukan dengan mengumpulkan data, mengklasifikasi data, menganalisis data sehingga memberikan suatu gambaran yang sebenarnya mengenai keadaan perusahaan dan, menarik kesimpulan dan membandingkan masalah dengan teori-teori untuk mendukung masalah. Data yang diterima dari Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan merupakan data pajak reklame dari tahun 2012-2015.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu belum efektifnya fungsi anggaran sebagai alat pengawasan penerimaan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan, ini dapat dibuktikan dengan membandingkan antara anggaran dengan realisasi pajak reklame yang mana dilihat pada tahun 2012-2015 realisasi pajak reklame selalu mengalami penurunan. Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Untuk meningkatkan pengawasan pajak reklame agar dapat efektif dalam pencapaian target pajak reklame, pihak Badan Pengelola Pajak & Reklame Daerah Kota Medan dapat mengambil tindakan konkrit terhadap penyimpangan yang terjadi serta melakukan sosialisasi kepada wajib pajak tentang Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 tahun 2011 tentang pajak reklame.

**Kata Kunci : Pengawasan, Pajak Reklame**

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil' alamin Segala puji dan Syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan HidayahNya, serta shalawat beriring salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah yang penuh dengan kebodohan ke zaman yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dimana merupakan persyaratan sidang meja hijau untuk menyelesaikan pendidikan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, mulai dari awal sampai dengan selesainya penulisan skripsi penulis telah banyak menerima bantuan dan bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan cukup baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayahanda tercinta Junaedy Ibrahim dan ibunda tercinta Gadies Luciana Hasibuan, Serta abang, kakak, adik saya Ega Ibra, Indah Pratiwi, dan Tri Andhika yang merupakan inspirasi bagi si penulis, berjuang dengan segenap kemampuan dengan keterbatasan membesarkan, mendidik, memberi dorongan motivasi serta Do'a sehingga membawa penulis menjadi manusia yang berguna bagi keluarga.

2. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Januri, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Elizar Sinambela SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Fitriani Saragih SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Novi Fadhila SE, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Ibu Bapak Dosen dan Staf Biro Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Ibu dan Bapak di Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan.
11. Ibu dan Bapak Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.
12. Terima kasih Kepada Teman seperjuangan Syahri Mahbengi, Cici Wulandari, Novi Juwita dan, Monawarroh yang selalu mensupport penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dalam hal penyajian masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca..

Medan, April 2017

Penulis

**Dhiny Amalia**  
**1305170286**

## DAFTAR ISI

<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>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Uraian Teoritis.....	8
1. Anggaran.....	8
a. Pengertian Anggaran .....	8
b. Fungsi Anggaran.....	9
c. Tujuan dan Manfaat Anggaran .....	9
2. Pengawasan .....	10
a. Pengertian Pengawasan .....	10
b. Fungsi Pengawasan .....	11
c. Karakteristik Pengawasan yang Efektif.....	11
d. Ciri-ciri Pengawasan .....	13
3. Pajak Reklame.....	14
a. Pengertian Pajak Reklame .....	14
b. Dasar Hukum Pajak Reklame.....	15
c. Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame .....	15
d. Subjek Pajak Reklame .....	18
e. Dasar Pengenaan dan, Tarif Pajak Reklame.....	18
f. Masa Pajak Reklame.....	21
g. Tata Cara Pembayaran dan Penagihan Pajak Reklame .....	22
h. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak.....	23
4. Penelitian Terdahulu .....	25
B. Kerangka Berfikir .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian.....	29
B. Definisi Operasional .....	29
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	30
D. Jenis Data .....	31

E. Sumber Data .....	31
F. Teknik Pengumpulan Data .....	32
G. Teknik Analisis Data .....	32

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

A. Hasil Penelitian .....	33
1. Sejarah Singkat .....	33
2. Deskripsi Data .....	35
3. Proses Pengajuan Anggaran yang Dibuat oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan .....	36
4. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame .....	36
B. Pembahasan.....	38
1. Pengawasan Pajak Reklame yang Menggunakan Anggaran Di BPPRD Kota Medan .....	38
2. Proses Pengawasan Pada BPPRD Kota Medan.....	40
3. Kendala-kendala Dalam Pengawasan yang Dilakukan BPPRD Kota Medan .....	44
4. Faktor-faktor yang Menyebabkan Belum Tercapainya Target Pajak Reklame .....	46
5. Fungsi Anggaran Penerimaan Pajak Reklame Sebagai Alat Pengawasan di BPPRD Kota Medan .....	46

#### **BAB V PENUTUP**

A. Simpulan .....	49
B. Saran .....	50

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I-1	Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.....	4
Tabel II-1	Persentase Efektivitas dan Kriteria Efektivitas .....	13
Tabel II-2	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel III-1	Waktu Penelitian .....	31
Tabel IV-1	Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.....	35
Tabel IV-2	Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.....	37

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1	Kerangka Berfikir .....	28
------------	-------------------------	----

# **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 selanjutnya 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.

Penerimaan pemerintah daerah yang digunakan untuk membiayai pembangunan berasal dari beberapa sumber, salah satu sumber penerimaan tersebut adalah pajak. Untuk dapat membiayai dan memajukan daerah dapat ditempuh suatu kebijakan dengan mengoptimalkan penerimaan pajak dimana setiap orang wajib membayar pajak sesuai dengan kewajibannya. Menurut Resmi (2013 hal 8) “ pajak daerah dapat diartikan sebagai pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing.” Banyaknya sumber penerimaan dari sumber pajak daerah, salah satu obyek dari pajak daerah yang dapat dikembangkan potensinya oleh pemerintah daerah adalah pajak reklame.

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa dan orang, ataupun 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. Dengan perkembangan zaman yang semakin modern ini dan diiringi dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan atau industri banyak pembuatan papan-papan reklame buat pemasaran sebuah industri. Papan papan reklame banyak berdiri dipinggir jalan raya yang banyak kendaraan berlalu lalang, papan-papan reklame tersebut mempromosikan berbagai jenis produk. Pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah yang perlu dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat berperan dalam peningkatan pendapatan asli daerah. Target pajak reklame merupakan suatu tindakan yang dinyatakan secara kuantitatif mengenai hal yang ingin dicapai oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan dimasa mendatang. Pelaksanaan pencapaian target memerlukan suatu pengawasan yang baik agar realisasi yang dicapai dapat maksimal.

Menurut Mardiasmo (2009 hal 61) “Anggaran merupakan pernyataan estimasi kinerja yang hendak dicapai selama periode waktu tertentu yang dinyatakan dalam ukuran financial.” Dengan demikian, anggaran mempunyai posisi yang penting. Anggaran mengungkapkan apa yang dilakukan dimasa mendatang.

Sebagai alat pengawasan anggaran memberikan rencana detail atas pendapatan dan pengeluaran pemerintah agar pembelanjaan yang dilakukan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik. Tanpa anggaran, pemerintah tidak dapat mengendalikan pemborosan-pemborosan pengeluaran. Bahkan tidak berlebihan jika dikatakan bahwa Presiden, Menteri, Gubernur, Bupati, dan Manajer-manajer publik lainnya dapat dikendalikan melalui anggaran.

Pengawasan anggaran merupakan sistem pemungutan bentuk sasaran yang telah ditetapkan dalam suatu anggaran untuk mengawasi kegiatan-kegiatan manajerial, dengan melakukan perbandingan pelaksanaan nyata dengan yang direncanakan. Jadi perencanaan anggaran adalah penetapan standar sebagai langkah pertama dalam pengawasan. Sejalannya hubungan pengawasan dengan penerimaan ialah meliputi sistem-sistem prosedur dan proses atau kebijaksanaan yang ditetapkan oleh suatu instansi pemerintahan untuk membantu memastikan bahwa transaksi-transaksi telah diotorisasi, diperiksa dan dicatat secara layak.

Sebenarnya potensi yang dimiliki pajak reklame dapat digali melalui intensifikasi pajak reklame dengan langkah pendataan serta memiliki pengetahuan mengenai objek pajak reklame itu sendiri. Langkah ini dimaksudkan untuk menghindari penentuan target pajak reklame yang tidak sesuai dengan kondisi dilapangan sehingga nantinya tidak akan berimbas terhadap realisasi penerimaan pajak reklame.

Adapun target dan realisasi Pajak Reklame dari tahun 2012-2015 Kota Medan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel I.1**

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

<b>Tahun</b>	<b>Target Pajak Reklame</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame</b>
2012	56.161.250.000	25.954.919.442
2013	69.161.250.000	23.348.045.567
2014	35.308.417.000	10.706.910.917
2015	49.095.950.000	3.551.947.419

Sumber. Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan

Berdasarkan hasil tabel diatas maka dapat diketahui realisasi pajak reklame pada tahun 2012 Rp. 25.954.919.442 dari target yang telah ditentukan sebesar Rp. 56.161.250.000, tahun 2013 yang terealisasi Rp. 23.348.045.567 dari target pajak yang ditetapkan Rp. 69.161.250.000, adapun pada tahun 2014 target diturunkan dari tahun sebelumnya menjadi Rp. 35.308.417.000 namun yang terealisasi hanya sebesar Rp. 10.706.910.917, pada tahun 2015 target dinaikan dari tahun sebelumnya menjadi Rp. 49.095.950.000 namun yang terealisasi hanya sebesar Rp. 3.551.947.419.

Fenomena yang terjadi adalah tidak tercapainya target yang telah ditentukan pada pajak reklame dari tahun 2012 sampai 2015, yang mana realisasi pajak reklame tiap tahunnya menurun walaupun pada tahun 2014 target penerimaan pada pajak reklame sudah diturunkan tapi realisasi pajak reklame tetap tidak memenuhi target. Menurut Arfan, dkk (2014 hal 276) “kemampuan daerah dalam menjalankan tugasnya dikategorikan efektif apabila rasio yang

dicapai sebesar satu atau seratus persen.” Semakin tinggi rasio efektivitas, menggambarkan kemampuan daerah yang semakin baik. Sesuai dengan keputusan Menteri Dalam Negeri nomor 690.900-327 tahun 1996 tentang pedoman penilaian kinerja keuangan. Hal ini juga berdampak terhadap penerimaan pajak daerah dari pajak reklame yang mana setiap tahunnya pendapatan pajak reklame mengalami penurunan dan mempengaruhi pendapatan asli daerah khususnya dari pajak daerah.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pajak reklame, yang merupakan salah satu pajak daerah yang diharapkan mampu memberikan pendapatan yang besar dalam meningkatkan pendapatan asli daerah yang berguna untuk pembangunan daerah. Maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “*Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.*”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalahnya yaitu:

1. Tidak tercapainya target pajak reklame yang telah ditetapkan dari tahun 2012 sampai dengan 2015
2. Banyaknya papan reklame di Kota Medan, tetapi pendapatan untuk pajak reklame setiap tahunnya mengalami penurunan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah yang dapat diungkapkan yaitu:

1. Bagaimana fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame Pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan ?
2. Apa faktor-faktor penyebab belum tercapainya realisasi pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan ?

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

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian penerimaan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak & Retribusi daerah Kota Medan yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengawasan pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan belum terealisasinya target pajak reklame yang ditentukan

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Bagi Penulis**

Dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai Fungsi Anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan, serta sejauh mana pelaksanaan pajak daerah khususnya pajak reklame.

b. Bagi Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah kota Medan

Dengan melihat hasil analisis fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan diharapkan meningkatkan kinerja pengawasan agar dapat berupaya meningkatkan pajak reklame sesuai dengan target.

c. Pihak Lain

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan dan menjadi referensi khususnya untuk mengkaji topik – topik yang berkaitan dengan fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teoritis**

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

###### **a. Pengertian Anggaran**

Anggaran merupakan salah satu alat bantu bagi manajemen dalam melaksanakan fungsinya terutama dalam pengawasan. Nilai suatu anggaran tergantung pada perencanaan dan pengendalian anggaran, apabila terjadi penyimpangan atas pelaksanaan anggaran dikarenakan terlalu tinggi dalam penetapan, maka diperlukan cara untuk mengendalikannya yaitu dengan cara meninjau kembali hasil penetapan anggaran sebelumnya sehingga pada saat pelaksanaan dapat terwujud dengan baik serta dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan dalam melaksanakan perencanaan dan pengendalian anggaran tersebut sehingga pada periode yang akan datang dapat dijadikan sebagai perbaikan yang positif.

Menurut Rudianto (2009 hal 3) “anggaran adalah rencana kerja organisasi dimasa mendatang yang diwujudkan dalam bentuk kuantitatif, formal, dan sistematis.” Indra Bastian (2010 hal 191) “berpendapat bahwa anggaran dapat diinterpretasikan sebagai paket pernyataan menyangkut perkiraan penerimaan dan pengeluaran yang diharapkan akan terjadi dalam satu atau periode mendatang.”

###### **b. Fungsi Anggaran**

Fungsi anggaran menurut Nafarin (2007 hal 28) terletak pada tiga fungsi yaitu:

1. Fungsi perencanaan  
Anggaran merupakan alat perencanaan tertulis menuntut pemikiran yang teliti dan akan memberikan gambaran yang lebih nyata atau jelas dalam satuan unit dan uang.
2. Fungsi pelaksanaan  
Anggaran merupakan pedoman dalam pelaksanaan pekerja, sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan secara selaras dalam mencapai tujuan (laba). Jadi anggaran penting untuk mengkoordinasikan atau menyelaraskan setiap bagian kegiatan, seperti bagian pemasara, bagian umum, bagian produksi dan bagian keuangan.
3. Fungsi pengawasan  
Anggaran merupakan alat pengawasan (controlling), pengawasan berarti mengevaluasi (menilai) terhadap pelaksanaan pekerjaan dengan cara:
  - a. Membandingkan realisasi terhadap rencana (anggaran)
  - b. Melakukan tindakan perbaikan apabila dipandang perlu

Dari beberapa fungsi anggaran diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran menentukan tujuan dan sasaran yang dapat dijadikan tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja selanjutnya, selain itu anggaran juga memiliki fungsi sebagai alat pengendalian dan perencanaan dalam perusahaan, karena dengan menggunakan anggaran maka perusahaan dapat merencanakan masa depan perusahaan.

### **c. Tujuan dan Manfaat Anggaran**

Anggaran diperlukan karena ada tujuan dan manfaatnya. Dimana tujuan dan manfaat dari pada anggaran dapat dijelaskan sebagai berikut:

Menurut Julita dan Jufrizen (2014 hal 15) ada beberapa tujuan dan manfaat disusunnya anggaran:

1. Tujuan anggaran
  - a. Digunakan sebagai landasan yuridis formal dalam memilih sumber dan investasi dana
  - b. Memberikan batasan atas jumlah dana yang dicari dan digunakan
  - c. Merinci jenis sumber dana yang dicari maupun jenis
  - d. Merasionalkan sumber dan investasi dana agar dapat mencapai hasil yang maksimal

- e. Menyempurnakan rencana yang telah disusun, karena dengan anggaran lebih jelas dan nyata terlihat
  - f. Menampung dan menganalisis serta memutuskan setiap usulan yang berkaitan dengan keuangan
2. Manfaat Anggaran
- a. Segala kegiatan dapat terarah pada pencapaian tujuan bersama
  - b. Dapat digunakan sebagai alat menilai kelebihan dan kekurangan pegawai
  - c. Dapat memotivasi pegawai
  - d. Menimbulkan rasa tanggung jawab pada pegawai
  - e. Menghindari pemborosan dan pembayaran yang kurang perlu
  - f. Sumber daya, seperti tenaga kerja, peralatan dan dana dapat dimanfaatkan seefisien mungkin
  - g. Alat pendidikan bagi para manajer

Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa tujuan anggaran adalah memberikan batasan atas jumlah dana yang dicari dan digunakan. Serta merinci, merasionalkan serta menyempurnakan rencana yang telah disusun dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

Sementara dilihat dari manfaat diatas, penulis menyimpulkan anggaran sebagai alat bantu manajemen bermanfaat dalam membantu manajemen perusahaan mengelola perusahaan dalam mengambil keputusan-keputusan yang paling tepat.

## **2. Pengawasan ( controlling )**

### **a. Pengertian Pengawasan**

Menurut M.Nafarin (2007 hal 30) anggaran merupakan alat pengawasan atau pengendalian (controlling). Pengawasan berarti mengevaluasi (menilai) terhadap pelaksanaan pekerjaan, dengan cara:

1. Menbandingkan realisasi dengan rencana (anggaran)
2. Melakukan tindakan perbaikan bila dipandang perlu (atau bila terdapat penyimpangan yang merugikan).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengawasan merupakan suatu pedoman, dengan fungsi anggaran sebagai alat pengawasan yang baik bisa

kita lihat dengan cara, membandingkan anggaran dan realisasi, dan juga melakukan tindakan perbaikan dalam penyusunannya, apabila antara anggaran dan realisasi terdapat realisasi yang merugikan.

### **b. Fungsi Pengawasan**

Pengawasan itu merupakan usaha-usaha yang ditempuh agar rencana yang telah disusun sebelumnya dapat dicapai. Dengan demikian pengawasan adalah mengevaluasi prestasi kerja dan tindakan perbaikan apabila perlu. Aspek pengawasan yaitu dengan membandingkan antara prestasi dengan yang dianggarkan. Tujuan pengawasan itu bukanlah mencari kesalahan akan tetapi mencegah dan memperbaiki kesalahan.

Demikian juga dapat disimpulkan fungsi pengawasan adalah:

1. menjamin bahwa tujuan dari organisasi tercapai sesuai target
2. menjamin semua kegiatan dan kebijakan berjalan sesuai dengan aturan
3. meminimalisir pemborosan
4. mengoreksi dengan maksud agar pelaksanaan sesuai dengan rencana semula dibuat.

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

Karakteristik-karakteristik pengawasan yang efektif adalah sebagai berikut :

1. Akurat
2. Tepat waktu
3. Objektif dan menyeluruh

4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategi
5. Realistik secara ekonomis
6. Realistik secara organisasional
7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi
8. Fleksibel
9. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional, dan
10. Diterima para anggota dan organisasi

Untuk menghitung pengukuran tingkat efektifitas pemungutan pajak atau efektifitas pengawasan pajak reklame yaitu sebagai berikut :

$$Efektifitas = \frac{Realisasi Pajak}{Target Pajak} \times 100\%$$

Pajak reklame adalah bagian dari pendapatan asli daerah maka apabila efektifitas pajak tersebut makin tinggi, berarti menggambarkan kemampuan daerah semakin baik. Indikator untuk mengetahui tingkat efektivitas dari suatu hasil perhitungan menggunakan formula efektivitas adalah klasifikasi pengukuran efektivitas

Tabel II.1

**Persentase Efektivitas dan Kriteria Efektivitas**

<b>Persentase Efektivitas</b>	<b>Kriteria Efektivitas</b>
100% Keatas	Sangat Efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
Kurang dari 60%	Tidak Efektif

Sumber : Keputusan Mendagri No. 690.900-327 tahun 1996

**d. Ciri-ciri Pengawasan**

Pengawasan dilakukan agar hasil pelaksanaan pekerjaan diperoleh secara berdaya guna (efesien) dan berhasil guna (efektif) sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun ciri-ciri dari pengawasan sebagai berikut :

1. Pengawasan harus bersifat *fact finding* dalam arti bahwa pelaksanaan fungsi pengawasan harus menemukan fakta-fakta tentang bagaimana tugas-tugas dijalankan dalam organisasi.
2. Pengawasan harus bersifat *preventif* yang berarti bahwa proses pengawasan itu dijalankan untuk mencegah timbulnya penyimpangan-penyimpangan dan penyelewengan dari rencana yang telah ditentukan.
3. Pengawasan diserahkan kepada masa sekarang yang berarti bahwa pengawasan yang ditujukan terhadap kegiatan-kegiatan yang kini sedang dilaksanakan.

4. Pengawasan merupakan alat untuk meningkatkan efisiensi, tidak boleh dipandang sebagai tujuan.
5. Pengawasan harus mempermudah tercapainya tujuan.
6. Proses pelaksanaan pengawasan harus efisien. Jangan sampai pelaksanaan pengawasan menghambat usaha peningkatan efisiensi.
7. Pengawasan tidak dimaksudkan untuk menentukan siapa yang salah jika ada ketidakbenaran, akan tetapi untuk menemukan hal yang tidak benar.
8. Pengawasan harus bersifat membimbing agar para pelaksana meningkatkan kemampuannya untuk melakukan tugas yang ditentukan baginya.

### **3. Pajak Reklame**

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

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

### **b. Dasar Hukum 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 suatu Kabupaten atau Kota adalah sebagai berikut

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
2. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
3. Peraturan pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah
4. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah
5. Keputusan bupati/walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada Kabupaten/Kota dimaksud.

### **c. Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame**

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame. Penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Badan Pengelola Pajak & Retribusi Kabupaten/Kota.

1. Objek Pajak Reklame
  - a. Reklame papan/*billboard*, yaitu reklame yang terbuat dari papan kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan atau dibuat pada bangunan tembok, dinding pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun disinari.

- b. Reklame *megatron/videotron/large electronic display (LED)*, yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsi dengan tenaga listrik.
- c. Reklame kain, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan kain yang sejenis dengan itu.
- d. Reklame melekat(*stiker*), yaitu reklame yang berbentuk lembar lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm<sup>2</sup> perlembar.
- e. Reklame selebaran, yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantung pada suatu benda lain
- f. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan, yaitu reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- g. Reklame udara, yaitu yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis
- h. Reklame suara, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat

- i. Reklame *film/slide*, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada diruangan.
  - j. Reklame peragaan, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara peragaan suatu barang dengan atau tanpa suara
2. Yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame
- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya
  - b. Label atau merek 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 ketentuan yang mengatur nama pengenal atau profesi tersebut
  - d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah
  - e. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

#### **d. Subjek Pajak Reklame**

Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame sedangkan wajib pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Reklame diselenggarakan langsung oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila penyelenggaraan reklame dilaksanakan melalui pihak ketiga (perusahaan jasa periklanan), maka pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

#### **e. Dasar Pengenaan Pajak dan Tarif Pajak Reklame**

1. Dasar pengenaan pajak adalah nilai sewa reklame, yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Dalam peraturan daerah tentang pajak reklame, nilai sewa reklame dihitung berdasarkan:

- a. Besarnya biaya pemasangan reklame
- b. Besarnya biaya pemeliharaan reklame
- c. Lama pemasangan reklame
- d. Nilai strategis lokal
- e. Jenis reklame

2. Tarif pajak reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Cara perhitungan nilai sewa reklame

ditetapkan dengan peraturan daerah, tarif pajak ditentukan setinggi-tingginya 25%.

### 3. Perhitungan pajak reklame

Untuk perhitungan reklame, maka perlu diperhatikan beberapa ketentuan yakni sebagai berikut:

- a. Terhadap penyelenggaraan reklame papan/*billboard* dengan ukuran luas sampai  $24M^2$ , maka cara perhitungan pajaknya.

$$\text{Pajak per tahun} = \text{Tarif} \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

- b. Terhadap penyelenggaraan reklame *megatron*, *videotron*, *large electronic*, *display*, papan/*billboard* dengan ukuran luas di atas  $24M^2$ , maka cara perhitungan pajaknya

$$\text{Pajak per tahun} = \text{Tarif} \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

- c. Tambahan pajak karena ketinggian melebihi batas normal 15M ditetapkan sebagai berikut:

$$1) 0 - 15 M = 0\%$$

Maka cara perhitungan pajaknya

$$\text{Pokok pajak tahun} = \text{Tarif} \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

2)  $<15M - 30M = 20\%$

Maka cara perhitungannya

$$\text{Pajak per tahun} = \text{Tarif} \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

Tambahan pajak karena ketinggian lebih dari 15M dan kurang dari 30M, maka cara perhitungannya

$$\text{Pajak} = \text{pokok pajak} + (20\% \times \text{pokok pajak})$$

3)  $<30M - 45M = 40\%$

Maka cara perhitungannya

$$\text{Pokok Pajak} = \text{Tarif} \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

Tambahan pajak karena ketinggian lebih dari 30M dan kurang dari 45M, maka cara perhitungannya

$$\text{Pajak} = \text{pokok pajak} + (40\% \times \text{pokok pajak})$$

4)  $<45M - 60M = 60\%$

Maka cara perhitungannya

$$\text{Pokok Pajak} = \text{Tarif} \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

Tambahan pajak karena ketinggian lebih dari 45M dan kurang dari 60M, maka cara perhitungannya

$$\text{Pajak} = \text{pokok pajak} + (60\% \times \text{pokok pajak})$$

5) Tambahan pajak, karena reklame alkohol dan rokok ditetapkan masing-masing 20%, maka cara perhitungan pajaknya

$$\text{Pokok Pajak} = \text{Tarif} \times \text{Nilai Sewa Reklame}$$

Tambahan pajak karena reklame alkohol/rokok

$$\text{Pajak} = \text{pokok pajak} + (20\% \times \text{pokok pajak})$$

#### **f. Masa Pajak Reklame**

1. Masa pajak reklame adalah jangka waktu satu bulan kalender
2. Satuan masa pajak reklame ditetapkan sebagai berikut:
  - a. Pajak reklame permanen dan reklame terbatas ditetapkan 1 tahun
  - b. Pajak reklame insidental ditetapkan sebagai berikut:
    1. Jenis baliho dengan jangka waktu paling singkat 7 hari dari paling lama 30 hari
    2. Jenis umbu-umbul, spanduk, *banner* dan sejenisnya dengan jangka waktu paling singkat 1 hari dan paling lama 30 hari
    3. Jenis peragaan dengan jangka waktu paling singkat 1 hari dan paling lama 30 hari

4. Jenis selebaran, melekat sesuai dengan izin penyelenggaraan, dan
5. Jenis *film/slide*, udara, suara dan apung dengan jangka waktu paling singkat 30 hari.

**g. Tata Cara Pembayaran dan Penagihan Pajak reklame**

1. Jatuh tempo pembayaran dan penyetoran pajak terutang ditetapkan sebagai berikut:
  - a. Reklame tetap terbatas ditetapkan 7 hari kerja
  - b. Reklame tetap permanen ditetapkan 5 hari kerja
  - c. Reklame insidental ditetapkan 1 hari kerja
2. 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.
3. 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.

#### **h. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan pajak**

Dari penelitian sebelumnya (Rizky Wulandari, 2015 hal 3) menyatakan “faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak yaitu kepatuhan wajib pajak, pemeriksaan pajak, peningkatan PTKP dan, kebijakan *sunset policy* jilid 2.”

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak, kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan, tercermin dalam situasi :

1. Wajib pajak paham atau berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan
2. Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas
3. Menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar
4. Membayar pajak yang terutang tepat waktunya.

Selain itu yang menjadi faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak yaitu pemeriksaan pajak. Pemeriksaan pajak yang dilakukan oleh Dirjen Pajak ada dua kriteria yaitu pemeriksaan yang harus dilakukan dan pemeriksaan yang dapat dilakukan. Pemeriksaan yang harus dilakukan adalah pemeriksaan dalam hal wajib pajak mengajukan permohonan pengembalian kelebihan pembayaran pajak. Sedangkan yang dimaksud dengan pemeriksaan yang dapat dilakukan adalah pemeriksaan yang dilakukan kepada wajib pajak untuk tujuan menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan.

Peningkatan PTKP menjadi indikator peningkatan kesejahteraan masyarakat. Inilah yang membuat peningkatan PTKP berpengaruh terhadap penerimaan pajak.

kebijakan *sunset policy* jilid 2 merupakan kebijakan pemberian fasilitas perpajakan dalam bentuk penghapusan sanksi administrasi perpajakan berupa bunga. Kebijakan dalam bidang perpajakan ini diharapkan dapat meningkatkan kemauan membayar pajak dari wajib pajak.

#### 4. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian	Sumber
Siti Maidar (2016)	Analisis Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Langkat.	Variabel : Pengawasan, Pajak Reklame	Pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Langkat sudah baik namun dalam pelaksanaannya masih belum efektif karena pengawasan yang dilakukan masih sering tertunda dan kendala-kendala yang sering terjadi setiap tahunnya belum dapat diatasi oleh pihak Dispenda Kabupaten Langkat.	Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Tjajana Nabila (2016)	Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Parkir di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Deli Serdang	Variabel: Anggaran, Pengawasan, Pajak Parkir	Setiap tahun realisasi penerimaan pajak parkir meningkat namun pengawasan yang dilakukan belum cukup efektif karena belum tercapainya target ditetapkan.	Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Bastian Syah Putra Nadeak (2016)	Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Bumi Dan Bangunan Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan	Variabel: Anggaran, Pengawasan, Pajak Bumi dan Bangunan	Belum efektifnya fungsi anggaran sebagai alat pengawasan penerimaan pajak bumi dan bangunan di Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dan dapat dibuktikan dengan	Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan

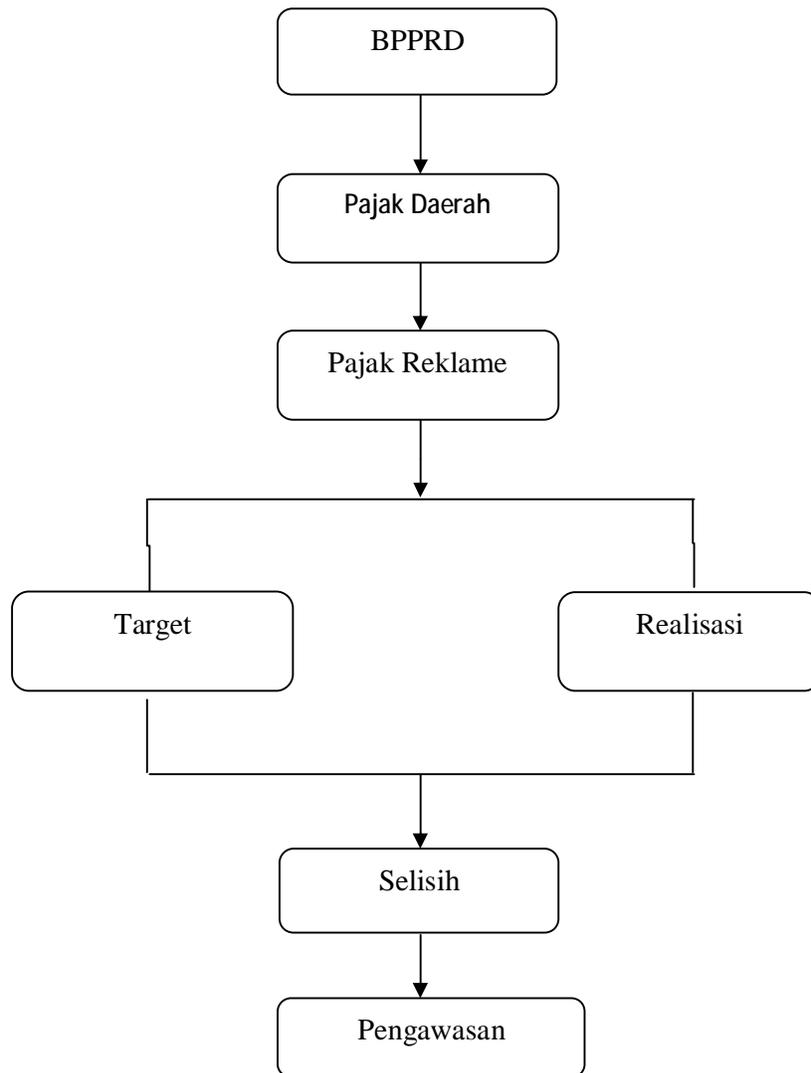
			membandingkan antara anggaran dengan realisasi setiap tahunnya.	
Yeni Ernita (2016)	Analisi Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Hotel dan Pajak Restoran Di Dinas Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Langkat	Pengawasan, Pajak Hotel dan Pajak Restoran	Diperlukannya pengawasan pajak hotel dan pajak restoran pada Dinas Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Langkat karena penerimaan pajaknya belum efektif	Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan
Rizky Wulandari (2015)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Penghasilan Pada KPP Pratama	Penerimaan Pajak dan Pajak Penghasilan	Dari hasil penelitian ini, bahwa yang menjadi faktor penting dalam penerimaan pajak adalah kepatuhan wajib pajak.	Perbanas Review Volume 1 Nomor 1 November 2015
Heni Nurani (2010)	Peran Pengawasan Pajak Dalam Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Garut	Peran Pengawasan dan Pajak Reklame	Peran pengawasan dalam penerimaan pajak reklame dikabupaten garut dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Garut	Kartika Wijaya Kusuma Vol.18 No. 1 Mei 2010

## **B. Kerangka Berfikir**

Bagi pemerintah Kota Medan, pajak daerah memiliki peran yang penting dalam membiayai kegiatan pemerintahan dan pembangunan daerah. Pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan yang cukup besar bagi pajak daerah sehingga dalam pelaksanaan pemungutannya harus diperhatikan agar penerimaan pajak yang diperoleh benar-benar menggambarkan potensi pajak tersebut.

Menganalisis pendapatan pajak daerah Kota Medan sebagai alat pengawasan adalah suatu proses penilaian mengenai tingkat kemajuan pencapaian pelaksanaan pajak reklame yang terealisasi dan yang dianggarkan dalam penelitian ini, menurut Arfan (2014 hal 276) “kemampuan daerah dalam menjalankan tugasnya dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai sebesar satu atau seratus persen”. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pajak daerah khususnya data pajak reklame yang berupa target dan realisasi pajak reklame yang menghasilkan selisih. Pajak reklame digunakan sebagai alat pengawasan yang berarti melakukan evaluasi atas pelaksanaan pekerjaan dengan cara membandingkan realisasi dan target yang dianggarkan.

Berikut ini ditampilkan kerangka berfikir dalam penelitian ini:



**Gambar I.1**

**Kerangka Berfikir**

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

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

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti fakta yang ada secara sistematis berdasarkan objek penelitian, fakta yang untuk dikumpulkan dan diolah menjadi data, kemudian dijelaskan berdasarkan teori sehingga pada akhirnya menghasilkan suatu kesimpulan.

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

Definisi operasional merupakan acuan dari landasan teori yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana antara variabel yang satu dengan yang lainnya dapat dihubungkan sehingga penelitian dapat disesuaikan dengan kata yang diinginkan. Adapun yang menjadi definisi operasionalnya adalah:

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

Anggaran sebagai alat pengawasan yaitu sebagai alat pengawasan anggaran yang membandingkan realisasi dengan rencana anggaran dan dengan melakukan suatu tindakan perbaikan apabila adanya penyimpangan yang dirasa merugikan.

## 2. Pengawasan

Pengawasan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengawasi pendapatan dan pengeluaran suatu anggaran yang telah direncanakan, agar setiap pendapatan dan pengeluaran tersebut dapat di pertanggungjawabkan.

## 3. Pajak Reklame

Pajak reklame adalah pajak yang dikenakan untuk wajib pajak pribadi atau wajib pajak badan yang mendirikan papan-papan reklame ditempat tertentu, yang tarif pajaknya disesuaikan dengan besar kecilnya papan reklame yang dipajang tersebut.

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

#### 1. Tempat Penelitian

Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini, maka yang menjadi tempat penelitian adalah Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan, yang bertempat di Jalan. Jend. Besar Abdul Haris Nasution No. 32 Medan Sumatera Utara – Indonesia 20143.

#### 2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2016 sampai dengan April 2017, dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel III-1**  
**Waktu Penelitian**

NO	Jenis Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■																	
2	Riset				■																
3	Penyusunan Proposal					■	■	■	■												
4	Perbaikan Proposal									■	■	■	■								
5	Seminar Proposal													■	■						
6	Penyusunan Skripsi														■	■	■	■	■	■	■
7	Bimbingan Skripsi														■	■	■	■	■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																				■

#### D. Jenis Data

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan jenis data Kuantitatif. Data Kuantitatif merupakan data yang berbentuk bilangan atau nominal. Data yang berupa jumlah Target dan Realisasi Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan selama tahun 2012-2015.

#### E. Sumber Data

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menggunakan data sekunder. Data Sekunder merupakan data yang diambil dari catatan atau sumber lain yang telah ada dan sudah diolah oleh pihak ketiga. Dalam penelitian ini data sekunder

yang dikumpulkan adalah data realisasi dan target penerimaan Pajak Reklame, data Pajak Daerah, dan Jumlah Pajak Reklame.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Untuk memperoleh data tersebut digunakan teknik pengumpulan dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dari dokumen yang dimiliki Badan Pengelola Pajak & Retribusi Kota Medan berupa data target dan realisasi pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan selama 2012-2015

#### **G. Teknik Analisa Data**

Adapun teknik analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang dikumpulkan adalah dengan menggunakan metode analisis dekriptif yaitu suatu metode analisis yang digunakan dengan cara :

1. Mengumpulkan data
2. Mengklasifikasi data yang sudah ada,
3. Menganalisis data sehingga memberikan suatu gambaran yang sebenarnya mengenai keadaan perusahaan, data-data itu mengenai target dan realisasi pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.
4. Mengambil Kesimpulan

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

### **A. Hasil Penelitian**

#### **1. Sejarah Singkat Badan Pengelola Pajak & Retribusi Kota Medan**

Pada mulanya Badan Pengelola Pajak & Retribusi Kota Medan adalah suatu sub bagian pada bagian yang mengelola bidang penerimaan dan pendapatan daerah. Sub bagian ini belum terdapat sub seksi, karena pada saat itu wajib pajak/wajib retribusi yang berdomisili di daerah Kota Medan belum begitu banyak.

Dengan memperhitungkan perkembangan pembangunan dan laju pertumbuhan di kota Medan melalui peraturan daerah sub bagian keuangan tersebut dirubah menjadi bagian pendapatan. Pada bagian pendapatan dibentuklah beberapa seksi yang mengelola penerimaan pajak dan retribusi daerah yang merupakan kewajiban para wajib pajak/wajib retribusi didalam daerah kota Medan, yang terdiri dari 21 kecamatan diantaranya kecamatan Medan Tuntungan, Medan Johor, Medan Kota, Medan Area, Medan Baru, Medan Polonia, Medan Maimun, Medan Selayang, Medan Sunggal dan lainnya.

Sehubungan dengan intruksi Menteri Dalam Negeri KUPD No. 7/12/41-10 tentang Penyelenggaraan Struktur Organisasi Dinas Pendapatan Daerah di Seluruh Indonesia. Maka Pemerintah Kota Medan, berdasarkan Peraturan Daerah No. 12 tahun 1978 menyesuaikan dan membentuk organisasi struktur organisasi Dinas Pendapatan yang baru. Didalam struktur organisasi Dinas Pendapatan yang baru ini dibentuklah seksi-seksi administrasi Dinas Pendapatan, juga dibentuk

Bagian Tata Usaha yang membawahi 3 (tiga) Kepala Sub Bagian yaitu sub sektor perpajakan, retribusi daerah, dan pendapatan daerah lainnya yang merupakan kontribusi yang cukup penting bagi pemerintah daerah dalam mendukung dan memelihara pembangunan dan didalam peningkatan penerimaan pendapatan daerah.

Selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 84 Tahun 2000 Tentang Pedoman Organisasi Perangkat Daerah, maka Pemerintah Kota Medan melakukan penataan organisasi yang ditetapkan dengan peraturan daerah Kota Medan Nomor 4 Tahun 2001 Tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas-Dinas Daerah di Lingkungan Pemerintah Kota Medan, salah satu diantaranya adalah Dinas Pendapatan Kota Medan, yang mulai tahun 2017 berganti nama menjadi Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan

Sebagai unsur pelaksana pemerintah kota Medan dalam bidang pungutan pajak, retribusi daerah dan pendapatan lainnya. Badan Pengelola Pajak & Retribusi daerah dipimpin oleh seorang pimpinan instansi yang berada dan bertanggung jawab kepada kepala daerah melalui sekretaris daerah, berdasarkan kutipan tersebut jelas diketahui salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah berasal dari pajak daerah. Pajak Daerah adalah pungutan daerah menurut peraturan yang ditetapkan guna pembiayaan pengeluaran daerah sebagai badan hukum politik yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 sebagai perubahan atas Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang pajak daerah dan retribusi daerah, dimana Pajak Daerah terbagi menjadi dua jenis, yaitu Pajak Provinsi dan Pajak Kabupaten dan Kota.

## 2. Deskripsi Data

Berdasarkan penelitian yang diteliti dari Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan diperoleh data berupa tabel target dan realisasi pendapatan daerah Kota Medan selama 4 tahun. Khusus Pajak Reklame pada tabel IV.1 dibawah ini.

**Tabel VI.1**  
**Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame pada**  
**Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan**  
**Periode 2012 s/d 2015**

<b>Tahun</b>	<b>Target Pajak Reklame</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame</b>
2012	56.161.250.000	25.954.919.442
2013	69.161.250.000	23.348.045.567
2014	35.308.417.000	10.706.910.917
2015	49.095.950.000	3.551.947.419

Sumber : Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan

Dari tabel diatas maka dapat diketahui realisasi pajak reklame pada tahun 2012 Rp. 25.954.919.442 dari target yang telah ditentukan sebesar Rp. 56.161.250.000, tahun 2013 yang terealisasi Rp. 23.348.045.567 dari target pajak yang ditetapkan Rp. 69.161.250.000, adapun pada tahun 2014 target diturunkan dari tahun sebelumnya menjadi Rp. 35.308.417.000 namun yang terealisasi hanya sebesar Rp. 10.706.910.917, pada tahun 2015 target dinaikan dari tahun sebelumnya menjadi Rp. 49.095.950.000 namun yang terealisasi hanya sebesar Rp. 3.551.947.419.

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

### **3. Proses Pengajuan Anggaran Yang Dibuat Oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan**

Sebelum menentukan target anggaran pihak Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan melakukan analisis mengenai potensi penerimaan pajak reklame tahun berikutnya setelah mendapatkan hasil, pihak Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan melakukan pertemuan dengan pihak Pemko Medan. Pemko Medan yang membuat anggaran target pajak reklame dengan melihat pertumbuhan dan perkembangan di Kota Medan dan melihat anggaran tahun sebelumnya dan pendapatan penerimaan pajak reklame tahun lalu, setelah itu disetujui oleh DPRD.

### **4. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Medan**

Berdasarkan penelitian yang diteliti dari Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan diperoleh data berupa tabel target dan realisasi pendapatan daerah Kota Medan selama 4 tahun. Khusus Pajak Reklame pada tabel IV.2 dibawah ini.

**Tabel IV.2**  
**Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame pada**  
**Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan**  
**Periode 2012 s/d 2015**

<b>Tahun</b>	<b>Target Pajak Reklame</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame</b>	<b>Presentase (%)</b>	<b>Efektivitas</b>
2012	56.161.250.000	25.954.919.442	46,21	Tidak efektif
2013	69.161.250.000	23.348.045.567	33,76	Tidak efektif
2014	35.308.417.000	10.706.910.917	30,32	Tidak efektif
2015	49.095.950.000	3.551.947.419	7,23	Tidak efektif

Sumber : Badan Pengelola Pajak & 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 56.161.250.000 dan realisasi sebesar 25.954.9191.442 dengan presentase 46,21% atau dengan kata lain pada tahun ini target telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2013 sebesar 69.161.250.000 dan realisasi sebesar 23.348.045.567 dengan presentase 33,76% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2014 sebesar 35.308.417.000 dan realisasi sebesar 10.706.910.917 dengan presentase 30,32% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak

tercapai. Target pajak reklame pada tahun 2015 sebesar 49.095.950.000 dan realisasi sebesar 3.551.947.419 dengan presentase 7,23% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2012 s/d 2015 penerimaan pajak reklame mengalami penurunan yang signifikan dan target yang ditetapkan mengalami peningkatan. Pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan tidak efektif karena tidak diikuti dengan pengawasan yang belum efektif sehingga realisasi pajak reklame tidak mencapai target.

## **B. Pembahasan**

### **1. Pengawasan Pajak Reklame Yang Menggunakan Anggaran Di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan**

Dalam melakukan pengawasan penerimaan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah kota Medan melakukannya dengan membandingkan anggaran dan realisasi penerimaan pajak reklame tersebut. Kemudian melakukan evaluasi terhadap penyimpangan yang terjadi untuk mengetahui apa yang menjadi penyebabnya. Hal ini sesuai dengan teori Mardiasmo (2002) Pengawasan anggaran publik dapat dilakukan empat cara yaitu:

1. Membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang dianggarkan.

Membandingkan pengeluaran antara pajak reklame yang terealisasi dengan pajak reklame yang dianggarkan sehingga memberikan perbedaan yang jelas diantara kinerja dengan yang dianggarkan.

2. Menghitung selisih anggaran (*favourable dan unfavourable variances*)

Menghitung selisih anggaran pajak reklame antara pajak reklame yang dianggarkan dengan pajak reklame yang terealisasi, apakah menghasilkan keuntungan (*favourable*) dengan kata lain realisasi melebihi yang ditargetkan atau rugi (*unfavourable*) dengan kata lain realisasi tidak mencapai target.

3. Menemukan penyebab yang dapat dikendalikan (*controllable*) dan tidak dapat dikendalikan (*uncontrollable*) atas suatu varians.

Mencari penyebab tidak tercapainya realisasi pajak reklame sehingga dapat dikendalikan dan yang tidak dapat dikendalikan, sehingga pajak reklame tahun selanjutnya dapat efektif.

4. Merevisi standar biaya atau target anggaran untuk tahun berikutnya.

Menganalisis dan membahas biaya yang dikeluarkan atau target anggaran untuk tahun selanjutnya.

Anggaran merupakan *tool of control*, istilah ini menunjukkan bahwa anggaran penerimaan daerah yang dibuat oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan dapat dijadikan sebagai alat untuk melakukan fungsi pengawasan, dengan adanya anggaran penerimaan pajak reklame yang ada maka standar kerja sudah ada, kemudian sistem akuntansi informasi lainnya akan menjadi angka realisasi yang akan dihadapkan dengan standar atau sasaran yaitu anggaran penerimaan pajak reklame. Anggaran juga mengukur keefektifan fungsi pengawasan yang terdapat di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.

Dalam melakukan pengawasan pihak Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan melakukan evaluasi terhadap penyimpangan yang terjadi untuk mengetahui apa yang menjadi penyebab tidak tercapainya realisasi dengan targetnya dan juga melalui :

1. Penjagaan/penongkrongan selama 15 hari atau 30 hari secara langsung pada wajib pajak. Dilakukan apabila data dari wajib pajak tidak lengkap seperti laporan penjualan.
2. Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan melalui 7 UPT melakukan pengendalian terhadap potensi pajak

## **2. Proses Pengawasan Pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan**

Pengawasan adalah suatu kegiatan yang tidak dapat diabaikan karena sangat menentukan di dalam proses pencapaian tujuan organisasi. Menurut Sastrohadiwiryono (2003, hal.26) “Pengawasan adalah 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 pengawasan penerimaan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan yaitu Pengawasan dilakukan dengan membentuk tim fasilitasi dan koordinasi pajak reklame gunanya untuk melakukan pengecekan kelengkapan yaitu:

1. Melakukan pengawasan terhadap wajib pajak reklame
2. Melakukan penindakan terhadap wajib pajak reklame yang melakukan pelanggaran
3. Melakukan pembongkaran terhadap objek reklame yang melakukan pelanggaran
4. Melakukan koordinasi dengan instansi terkait dalam membantu kelancaran tugas-tugas tim fasilitasi dan koordinasi pajak reklame

Adapun Proses Pengawasan yang ditetapkan oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan sebagai berikut :

1. Menentukan target penerimaan pajak reklame yaitu menetapkan besaran dari target pajak reklame dengan cara membuat perhitungan potensi pajak reklame untuk tahun berikutnya berdasarkan penerimaan pajak reklame tahun lalu dan dengan memperhitungkan perkembangan atau pembangunan yang ada di Medan. Untuk besaran target pajak ditetapkan oleh DPRD Kota Medan.
2. Penentuan Pengukuran Pelaksanaan Kegiatan Pemeriksaan(intensifikasi dan ekstensifikasi) Pemungutan Pajak Reklame. Melakukan kegiatan pemeriksaan setiap 3 bulan sekali terhadap wajib pajak.
3. Pengukuran pelaksanaan kegiatan penjagaan terhadap wajib pajak dengan terjun langsung ke lapangan. Melaksanakan kegiatan nyata dengan mengadakan *mapping* terhadap seluruh wajib pajak reklame yang potensinya dianggap tidak sesuai dengan pembayaran pajaknya.
4. Membandingkan kegiatan penjagaan dan pemeriksaan dengan target yang telah ditetapkan dan menganalisis penyimpangan yang terjadi.

Maka dapat dilihat penyimpangan yang terjadi yang menyebabkan target tidak dapat tercapai, hal tersebut dikarenakan adanya wajib pajak yang tidak patuh pada aturan perpajakan yang berlaku, adapun identifikasi penyebab-penyebab terjadinya penyimpangan adalah sebagai berikut:

- a. Masih ada wajib pajak yang tidak mau mengurus pajaknya
- b. Ditetapkan wajib pajak yang tidak menagih tarif pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- c. Tidak semua wajib pajak mengindahkan surat tagihan pajak yang telah diterbitkan oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan
- d. Wajib pajak belum sepenuhnya melaporkan dan menyetorkan pajak sesuai dengan yang dikutip dari subjek pajak.
- e. Adanya wajib pajak yang tidak menyetorkan tunggaknya pajaknya
- f. Masih ada wajib pajak yang melaksanakan pembayaran tidak sesuai dengan nilai yang tercantum dalam surat ketetapan pajak daerah (SKPD)
- g. Masih ada wajib pajak yang menyampaikan surat pemberitahuan pajak daerah (SPTPD) tidak tepat waktu
- h. Wajib pajak belum sepenuhnya melaporkan dan menyetorkan pajak sesuai dengan yang dikutip dari subjek pajak
- i. Terdapat wajib pajak yang menutup usahanya tanpa pemberitahuan
- j. Banyak ditemukan pemasangan objek reklame liar tanpa izin dan juga tidak mengurus pajaknya

k. Masih banyak wajib pajak reklame yang tidak melakukan pembongkaran atas objek reklamenya yang sudah berakhir masa berlakunya dan tidak melakukan perpanjangan

l. Masih banyak wajib pajak reklame yang melakukan pemasangan reklamenya tidak sesuai izin

Setelah terjadi penyimpangan, kemudian Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan meningkatkan pengawasan, diantaranya:

1. Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah melalui 7 (tujuh) UPT akan meningkatkan pengawasan terhadap wajib pajak yang beroperasi di daerah Kota Medan.
2. Bekerja sama dengan pihak lain yaitu BPKP khusus terhadap wajib pajak yang tidak mau diperiksa.
3. 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.
4. Membentuk Tim Terpadu Penegak Peraturan Daerah terhadap tempat – tempat usaha dalam rangka peningkatan pendapatan asli daerah Kota Medan tahun anggaran 2016. Tim ini bertugas :
  - (1) meneliti izin usaha yang di miliki oleh usaha perseorangan dan badan usaha. (2) meneliti dan memeriksa surat/kwintasi pembayaran pajak dan/atau retribusi kepada pemilik usaha apakah telah membayar atau terdapat tunggakan – tunggakan atau

penyimpangan – penyimpangan yang dilakukan oleh usaha perseorangan atau badan usaha. (3) memberikan sanksi yang tegas kepada pemilik usaha yang tidak melunasi dan/atau adanya tunggakan – tunggakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

### **3. Kendala-Kendala Dalam Pengawasan Yang Dilakukan Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan**

Adapun kendala-kendala yang dihadapi oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan yaitu sebagai berikut :

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

Untuk mengantisipasi kendala-kendala tersebut, Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan berupaya menyusun strategi agar dapat meningkatkan pengawasan dengan melakukan kegiatan sebagai berikut :

- a. Menjalinkan hubungan baik dengan wajib pajak serta memberikan pelayanan prima. Melalui pendekatan ini diharapkan wajib pajak mendapatkan perlindungan, fasilitas dan kenyamanan dari pihak Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan sehingga terjadi kerja sama yang baik untuk kedua pihak

- b. Melakukan operasi lapangan, melalui operasi ini dilakukan pemantauan untuk objek pajak reklame. Untuk melihat izin usaha yang telah kadaluarsa dan segera memberitahu kepada wajib pajak agar mengurus perizinan usahanya yang telah kadaluarsa, dan menghimbau agar mengurus denda atau sanksi administrasi atau keterlambatan pengurusan izin usaha yang dimilikinya
- c. Melakukan strategi sosialisasi yaitu dengan cara menghimbau masyarakat agar patuh terhadap pajak daerahnya dan menambah kesadaran masyarakat akan pentingnya membayar pajak
- d. Melakukan kerja sama dengan pihak ketiga yaitu polisi, pamong praja, kejaksaan, pariwisata untuk melancarkan kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh pihak Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan
- e. Melakukan penagihan langsung yaitu dengan mendatangi langsung wajib pajak khusus bagi wajib pajak yang memiliki tunggakan pajak atas usahanya, dan juga langsung membebankan denda atau sanksi administrasi atas tunggakan tersebut
- f. Menghimbau masyarakat dengan cara memasang spanduk peringatan agar mendirikan reklame sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dan menghubungi nomor-nomor pemilik yang tertera pada objek reklame agar mengurus perizinan usahanya

#### **4. Faktor – faktor Yang Menyebabkan Belum Tercapainya Target Pajak Reklame**

Faktor – faktor yang menyebabkan belum teralisasinya target pajak reklame adalah :

- a. Kurang optimalnya bagi petugas pajak dalam menghimbau wajib pajak.

Dikarenakan kurang optimalnya petugas pajak dalam menghimbau wajib pajak serta kurangnya sosialisasi yang dilakukan pihak Pemerintah Kota Medan tentang pajak reklame, dapat terlihat dari belum tercapainya penerimaan pajak reklame.

- b. Kenaikan Pajak.

Faktor ekonomi wajib pajak yang menjadi kendala dalam pemungutan karena tidak sesuainya tarif yang dikenakan. Sehingga membuat wajib pajak enggan untuk membayarkan pajaknya.

- c. Banyaknya wajib pajak yang tidak melaporkan

Karena kurang optimalnya petugas dalam menghimbau dan mensosialisasikan tentang pajak reklame, banyak wajib pajak yang tidak melaporkan atas pajaknya akibat dari keterbatasan pengetahuan terkait pajak reklame.

#### **4. Fungsi Anggaran Penerimaan Pajak Reklame Sebagai Alat Pengawasan di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan**

Anggaran penerimaan pajak reklame dapat dijadikan sebagai alat pengawasan untuk mencapai tujuan yang diharapkan, disamping itu sebagai alat pengawasan, anggaran juga dijadikan sebagai pedoman kerja dan alat koordinasi

bagi Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan, untuk mencapai tujuan yang diharapkan anggaran yang telah ditetapkan dibandingkan dengan realisasi pendapatan.

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

Anggaran adalah suatu rencana kegiatan yang dinyatakan secara kuantitatif biasanya dalam satuan uang, yang berjangka waktu tertentu biasanya satu tahun. Dalam penyusunan anggaran, program-program yang diterjemahkan sesuai dengan tanggung jawab setiap instansi dalam melaksanakan program atau bagian dari program tersebut penyusunan anggaran memerlukan kerja sama para ka sub dari bagian dalam Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.

Anggaran berfungsi sebagai tolak ukur, sebagai alat pembanding untuk menilai (evaluasi) realisasi kegiatan nanti. Dengan membandingkan kegiatan antara apa yang terutang didalam anggaran penerimaan pajak reklame, dengan apa yang dicapai atau yang direalisasikan. Dapat dinilai apakah Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan telah sukses bekerja atau kurang sukses. Dari perbandingan tersebut dapat pula diketahui sebab-sebab penyimpangan

antara anggaran penerimaan dan realisasinya, sehingga dapat diketahui kelemahan-kelemahan dan kekuatan yang dimiliki Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan. Hal ini dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan yang sangat berguna untuk menyusun rencana-rencana (anggaran) selanjutnya secara lebih matang dan akurat.

Kegunaan anggaran pendapatan yang direncanakan Kota Medan sebagai alat pengawasan diantaranya adalah :

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

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

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

## **BAB V PENUTUP**

Berdasarkan penelitian serta hasil analisis yang penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis akan mencoba untuk menarik kesimpulan mengenai pengendalian penerimaan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan dan selanjutnya memberikan saran – saran sehubungan dengan uraian – uraian yang telah dilakukan.

### **A. Simpulan**

1. Belum berfungsinya anggaran sebagai alat pengawasan penerimaan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan. Ini dapat dibuktikan dengan membandingkan antara anggaran dengan realisasi pajak reklame yang mana dilihat pada tahun 2012 sampai dengan 2015 selalu terdapat penyimpangan yang merugikan. Setelah terdapat penyimpangan tidak dilakukannya perbaikan (evaluasi) anggaran terbukti dengan meningkatnya target meskipun realisasi tidak pernah tercapai
2. Pelaksanaan pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan belum efektif. Hal ini terlihat dengan tidak tercapainya pendapatan pajak yang terealisasi dengan target yang sudah ditentukan oleh Pemerintah Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.
3. Terdapat hambatan-hambatan dalam pemungutan penerimaan pajak reklame seperti sebagai contoh Wajib Pajak menunda pembayaran

Pajaknya dan tidak ketemu Wajib Pajak dalam proses penyerahan SPPT pajak reklame.

## **B. Saran**

Dalam upaya mensukseskan penerimaan Pajak reklame di Kota Medan pada tahun yang akan datang penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Agar anggaran dapat berfungsi sebagai pengawasan yang baik, Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan sebaiknya meningkatkan pengawasan, dengan semakin baiknya pengawasan, akan meningkatkan penerimaan Pajak reklame, dengan begitu target penerimaan yang dibuat berhasil dicapai.
2. Diharapkan Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan dapat lebih teliti dalam menerapkan pengawasan untuk menentukan target pajak reklame yang sesuai dengan di Kota Medan
3. Seharusnya pemerintah bergerak lebih cepat pada penilaian agar potensi lebih tergali dan petugas pemungutan pajak lebih baik langsung terjun ke lapangan untuk melakukan penilaian maka kemungkinan potensi dapat tergali dengan maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani. (2009). *Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia Edisi Revisi Keempat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Akmal firdaus (2016). “ *Analisis Perencanaan dan Pengawasan Anggaran Biaya Operasional Pada PT Perkebunan Nusantara III (persero) medan.* ”Skripsiakuntansi, Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara
- Arfan Iksan dkk. (2014). *Akuntansi Sektor Publik*. Bandung: Citapustaka Media
- Azhari Aziz Samudra. (2015). *Perpajakan Di Indonesia Keuangan, Pajak, dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers
- B.Siswanto Sastrohadiwiryono. (2003). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Heni Nurani (2010). “*Peran Pengawasan Pajak Dalam Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Garut*”, *Jurnal akuntansi*. Vol 18 No. 1, Mei 2010: 32-43
- Julita dan Jufrizen (2014). *Penganggaran Perusahaan*. Bandung : Citapustaka Media
- Mardiasmo. (2009). *Perpajakan Edisi Revisi 2009*. Yogyakarta: ANDI
- Muindro Renyowijoyo (2008). *Akuntansi Sektor Publik: Organisasi Non Laba*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Nadeak, Bastian Syah Putra (2016). “*Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Bumi Dan Bangunan Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan .*” *Skripsi Akuntansi*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nafarin. (2012). *Perusahaan Penganggaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Rizky Wulandari (2015). “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Penghasilan Pada KPP Pratama*”, *Jurnal Ekonomi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Perbanas Institute. Vol. 1 No.1 , November 2015
- Rudianto, (2009). *Penganggaran*. Jakarta: Erlangga.
- Siti maidar (2016). “ *Analisis Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Kabupaten Langkat.*” *skripsi akuntansi*’ Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Siti Resmi. (2013). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat

Sugi Hartati (2015). *“Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Di KPP Pratama Medan Belawan.”* Skripsi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tatjana Nabillah (2016). *“Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Parkir Di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Deli Serdang.”* Skripsi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

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

Yeni Ernita (2016). *“Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Hotel Dan Pajak Restoran Di Dinas Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Langkat.”* Skripsi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.