

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

**SKRIPSI**

*diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk,  
memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E)  
program studi akuntansi*



**OLEH:**

**NAMA : DINDA AULIA RANGKUTI**  
**NPM : 1305170595**  
**PROGRAM STUDI : AKUNTANSI**

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

## **ABSTRAK**

**Dinda Aulia Rangkuti, 1305170595. Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan, Skripsi S-1, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017.**

Penelitian ini dilakukan di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan. Penelitian ini bertujuan 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. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, berupa hasil wawancara dan studi dokumentasi yaitu data anggaran target dan realisasi pajak reklame dari tahun 2012-2016.

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 2012-2016 selalu terdapat penyimpangan yang merugikan dan tidak tercapainya realisasi pajak reklame yang disebabkan oleh beberapa faktor yaitu rendahnya kesadaran wajib pajak dalam pelaporan SPTPD, wajib pajak tidak membayar sesuai SKPD, banyak pemasangan objek reklame liar tanpa izin dan tidak melakukan pembongkaran, serta masih rendahnya regulasi yang kurang tegas terhadap wajib pajak.

**Kata Kunci : Pengawasan, Pajak Reklame**

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahrabbi'l'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 proposal ini dimana merupakan persyaratan seminar proposal untuk menyelesaikan pendidikan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Setara-1.

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

1. Ayahanda tercinta Solahuddin Rangkuti dan ibunda tercinta Rosita Sitompul, Serta kakak, abang dan adik saya Dina Rosanah Rangkuti, Fariz, Andram Al-Ansahri Rangkuti dan Yessi Anggraini Rangkuti yang merupakan inspirasi bagi 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, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak H. Januri, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Fitriani Saragih, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Zulia Hanum, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Seprida Hanum Hrp, S.E., S.S., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Ibu Hj. Dahrani, S.E., M.Si, selaku Dosen Penasehat Akademik kelas Akuntansi G-Pagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Ibu Bapak Dosen dan Staf Biro Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Ibu dan Bapak di Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan.

12. Ibu dan Bapak Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.
13. Terima kasih Kepada Sahabat terbaik dan seperjuangan Muhamad Yovi Johan, Syahri Mahbengi, Dhini Amalia, Ismi Humaira, Fitri Andhini, dan teman-teman Akuntansi G Pagi Stambuk 2013 yang selalu mensupport penulis dalam menyelesaikan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa proposal 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, Oktober 2017

Penulis

**DINDA AULIA RANGKUTI**  
**1305170595**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
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 .....	10
2. Pengawasan .....	11
a. Pengertian Pengawasan .....	11
b. Fungsi Pengawasan .....	12
c. Proses dan Tipe Pengawasan .....	12
d. Karakteristik-karakteristik Pengawasan Yang Efektif.....	14
e. Ciri-ciri Pengawasan .....	15
3. Pajak .....	16
a. Pengertian Pajak.....	16
b. Tujuan dan Fungsi Pajak .....	17
c. Sistem Pemungutan Pajak.....	19
4. Pajak Daerah .....	19
a. Pengertian Pajak Daerah .....	19
b. Jenis Pajak Daerah.....	20
5. Pajak Reklame .....	21
a. Pengertian Pajak Reklame.....	21
b. Dasar Hukum Pajak Reklame .....	21
c. Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame .....	22
d. Subjek Pajak reklame.....	24
e. Dasar Pengenaan Pajak dan Tarif Pajak Reklame .....	25
f. Masa Pajak Reklame .....	28
g. Tata Cara Pembayaran dan Penagihan Pajak Reklame .....	29
6. Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan .....	30
7. Penelitian Terdahulu .....	31
B. Kerangka Berfikir .....	35

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian.....	37
B. Definisi Operasional.....	37
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
D. Jenis Data .....	39
E. Sumber Data .....	40
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
G. Teknik Analisis Data .....	42

### **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. Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada BPPRD Kota Medan.....	38
2. Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapaiya Target Pajak Reklame.....	40
3. Upaya-Upaya Yang Dilakukan Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan .....	44

### **BAB V PENUTUP**

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

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Di Indonesia pembangunan daerah merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan untuk pembangunan bangsa. Keberhasilan pembangua suatu bangsa tidak terlepas dari keberhasilan untuk meningkatkan penerimaan daerah. Penerimaan Daerah adalah uang yang masuk ke kas daerah. Penerimaan Daerah dimanfaatkan untuk mendukung kelancaran pembangunan daerah. Pemerintah Daerah diberi kebebasan untuk mengurus dan bertanggung jawab atas rumah tangganya sendiri. Kebijakan tersebut diatur dalam Undang- undang No. 23 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah yang menyatakan adanya otonomi daerah. Prinsip otonomi daerah adalah bahwa daerah diharapkan lebih mandiri dalam menggali dan mengelola sumber-sumber pemerintahannya.

Perekonomian suatu daerah sangat bergantung dari besarnya pendapatan asli daerah yang diterimanya. Pemerintah daerah dituntut untuk lebih kreatif dan aktif dalam meningkatkan penerimaannya. Penerimaan pemerintah daerah yang digunakan untuk membiayai pembangunan berasal dari beberapa sumber, salah satu sumber penerimaan tersebut adalah pajak. Dominasi pajak sebagai sumber penerimaan merupakan satu hal yang sangat wajar, ketika sumber daya alam, khususnya minyak bumi tidak bisa lagi dianadalkan. 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.” Pajak mempunyai dua fungsi utama yaitu fungsi anggaran digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah dan fungsi regulasi digunakan untuk mengatur kebijakan pemerintah dalam bidang sosial ekonomi.

Dari fungsi pajak tersebut maka, pajak sangatlah penting bagi kelangsungan hidup perekonomian Negara. Dengan begitu diperlukan adanya anggaran sebagai perbandingan untuk 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.

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.

Anggaran dibuat dimaksudkan sebagai salah satu alat untuk perencanaan dan pengawasan sehingga realisasi penerimaan dari pajak daerah dapat direalisasikan dengan baik. Salah satu cara agar pendapatan negara meningkat adalah dengan senantiasa melakukan kegiatan intensifikasi dan eksentifikasi pemungutan pajak melalui kegiatan pengawasan terhadap wajib pajak, sehingga pengawasan diharapkan mampu membantu dan mempermudah organisasi dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu dalam proses pencapaiannya, Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan memerlukan anggaran penerimaan daerah salah satunya dari 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, mempromosikan ataupun untuk menarik perhatian umum terhadap suatu barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, dan didengar, dirasakan, dan dinikmati dari suatu tempat oleh umum. Dengan perkembangan zaman yang semakin modern ini dan diiringi dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan atau industri banyak penayangan-penayangan reklame untuk pemasaran sebuah industri, penayangan reklame banyak berdiri dipinggir jalan raya dan pusat perbelanjaan di Kota Medan salah satunya papan reklame dan reklame udara, penayangan reklame tersebut mempromosikan berbagai jenis produk. Dengan adanya peraturan daerah yang telah ditetapkan mengenai pajak reklame No. 04 Tahun 2011, maka sumber pendapatan daerah dari pajak reklame tersebut dapat dipungut secara efektif, efisien, dan ekonomis sesuai dengan ketentuan yang telah diberlakukan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah.

Dasar pengawasan anggaran bertujuan untuk mengukur, membandingkan, menilai alokasi biaya dan tingkat penggunaannya. Pengawasan anggaran merupakan sistem pemungutan bentuk sasaran yang telah ditetapkan dalam suatu anggaran untuk mengawasi kegiatan-kegiatan manajerial. Dengan kata lain, pengawasan anggaran diharapkan dapat mengetahui sampai dimana tingkat efektivitas dan efisiensi dari penggunaan sumber-sumber dana yang tersedia. Jadi perencanaan anggaran adalah penetapan standar sebagai langkah pertama dalam pengawasan.

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 2012-2016 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>Objek Perizinan Pajak Reklame</b>	<b>Target Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame (Rp)</b>
2012	3.792	56.161.250.000,-	25.954.919.442,-
2013	4.388	69.161.250.000,-	23.348.045.567,-
2014	3.052	35.308.417.000,-	10.709.910.917,-
2015	3.582	49.095.950.000,-	3.551.947.419,-
2016	5.265	89.852.375.000,-	17.508.256.230,-

*Sumber. Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan*

Berdasarkan tabel di atas, maka fenomena yang dapat dilihat pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan adalah tidak tercapainya realisasi sesuai target yang telah ditentukan pada pajak reklame dari tahun 2012 sampai 2016, yang mana realisasi pada pajak reklame dari tahun 2012 sampai

2015 selalu menurun walaupun pada tahun 2016 realisasi meningkat tetapi realisasi pajak reklame tetap tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Sedangkan jika dilihat dari objek perizinan pajak reklame dan sisi yang ada dilapangan banyak bertambahnya reklame di Kota Medan, tetapi realisasi untuk pendapatan pajak reklame tetap tidak memenuhi target anggarannya. Hal ini disebabkan adanya faktor-faktor yang menyebabkan belum terealisasinya target anggaran pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.

Menurut Arfan, Yamin, Heny dan Hamdani (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.

Menurut Siahaan (2009 hal 7) “bahwa pajak adalah pembayaran wajib yang dikenakan berdasarkan undang-undang yang tidak dapat dihindari bagi yang berkewajiban dan bagi mereka yang tidak mau membayar pajak dapat dilakukan paksaan”. Yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan.

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 realisasi pajak reklame sesuai target yang telah ditetapkan dari tahun 2012 sampai dengan 2016
2. Banyaknya reklame di Kota Medan, tetapi realisasi untuk pendapatan pajak reklame setiap tahunnya tidak mencapai target yang di anggarakan.

## **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. Faktor-faktor apa yang menyebabkan belum tercapainya realisasi pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan ?

## **D. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian, maka dapat ditetapkan yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menyebabkan belum terealisasinya target pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Bagi Penulis**

Untuk menambah wawasan dan memperluas pengetahuan penulis tentang 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 untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

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

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

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

Menurut Darsono dan Purwati (2008, hal.2) “anggaran adalah rencana tentang kegiatan perusahaan yang mencakup berbagai operasional yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi”.

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.”

Dari uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa anggaran adalah suatu rencana kerja organisasi yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain yang berbentuk bilangan atau merupakan salah satu alat bantu bagi manajemen dalam menyangkut penerimaan dan pengeluaran untuk mencapai tujuan atas pelaksanaan anggaran, dan 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**

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 jawan 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**

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, pengawasan berasal dari kata “awas” yang artinya memperhatikan baik-baik, dalam arti melihat sesuatu dengan cermat dan seksama, tidak ada lagi kegiatan kecuali memberi laporan berdasarkan kenyataan yang sebenar-benarnya dari apa yang di awas. Pengawasan dalam suatu perusahaan dilakukan agar tujuan perusahaan dapat dicapai dan penyelewengan dapat dihindari. Dalam pengawasan aktivitas perusahaan yang telah dilakukan oleh suatu unit usaha dalam hal yang menghasilkan sesuatu dapat dibandingkan dengan apa yang telah dihasilkan. Dengan adanya suatu perencanaan kita dapat mengetahui apakah pengkoordinasian kegiatan-kegiatan telah dapat menghasilkan suatu yang baik dan memuaskan sesuai dengan waktu pekerjaan yang telah ditetapkan dapat dicapai. dengan demikian kegiatan dalam perusahaan harus diarahkan untuk menjamin adanya koordinasi dan kontinuitas kegiatan dari perusahaan. Jadi secara umum pengawasan berarti mengevaluasi prestasi kerja dan apabila perlu menerapkan tindakan-tindakan korektif, sehingga hasil pekerjaan sesuai dengan rencana.

Menurut Handoko (2012, hal.359) menyatakan bahwa “Pengawasan adalah suatu proses untuk menjamin bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen tercapai ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan-kegiatan sesuai dengan yang direncanakan.

## **b. Fungsi Pengawasan**

Fungsi pengawasan adalah identifikasi berbagai faktor yang menghambat sebuah kegiatan, dan juga pengembalian tindakan koreksi yang diperlukan agar tujuan organisasi dapat tetap tercapai. Sebagai kesimpulan, fungsi pengawasan diperlukan untuk memastikan apa yang direncanakan dan dikoordinasikan berjalan sebagai mana mestinya atau tidak. Jika tidak berjalan dengan semestinya maka fungsi pengawasan juga melakukan proses untuk mengoreksi kegiatan yang sedang berjalan agar dapat tetap mencapai apa yang telah direncanakan.

Fungsi pengawasan itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. menjamin bahwa tujuan dari organisasi tercapai sesuai target.
2. menjamin semua kegiatan dan kebijakan berjalan sesuai dengan aturan.
3. mendidik pegawai agar melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.
4. mengoreksi dengan maksud agar pelaksanaan sesuai dengan rencana semula dibuat.
5. Memperbaiki kesalahan dan penyelewengan agar dalam pelaksanaan pekerjaan tidak mengalami hambatan dan pemborosan-pemborosan.

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

### **1. Proses pengawasan**

Pengawasan dapat berjalan efektif dan efisien bila didukung oleh sistem yang baik dari pada pengawasan. Adapun langkah proses pengawasan menurut T. Hani Handoko (2003, hal.362) sebagai berikut:

- a. Menetapkan standar pelaksanaan (perencanaan)
- b. Menentukan pengukuran pelaksanaan kegiatan
- c. Penukuran pelaksanaan kegiatan nyata
- d. Perbandingan pelaksanaan kegiatan dengan standar dan penganalisaan penyimpangan-penyimpangan
- e. Pengambilan tindakan koreksi bila perlu

## 2. Tipe Pengawasan

Menurut T. Hani Handoko (2003, hal.361) tipe tipe pengawasan adalah sebagai berikut:

- a. Pengawasan pendahuluan, dan dirancang untuk mengantisipasi masalah-masalah atau penyimpangan-penyimpangan dari standar atau tujuan dan memungkinkan koreksi dibuat sebelum sesuatu tahap kegiatan tertentu diselesaikan.
- b. Pengawasan dilakukan bersamaan dengan pelaksanaan kegiatan, tipe pengawasan ini merupakan proses dimana aspek tertentu dari suatu prosedur harus disetujui dulu, atau syarat tertentu harus dipenuhi dulu sebelum kegiatan-kegiatan bisa dilanjutkan, atau menjadi semacam peralatan yang lebih menjamin ketepatan pelaksanaan suatu kegiatan.
- c. Pengawasan umpan balik, pengawasan umpan balik mengukur hasil-hasil dari suatu kegiatan yang telah disesuaikan.

#### d. 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

**e. 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.

## **1. Pajak**

### **a. Pengertian Pajak**

Menurut UU No. 28 tahun 2009 “pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Menurut Soemitro sebagaimana dikutip Erly Suandy (2005, hal.2) mengemukakan bahwa pajak adalah sebagai berikut:

“Pajak merupakan peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan ‘surplus’ nya merupakan untuk simpanan publik (public saving) yang merupakan sumber utama untuk membiayai investasi publik (public investasi)”.

Sedangkan menurut S.I Djajadiningrat dikutip dari Siti Resmi (2014, hal.1) pengertian pajak adalah sebagai berikut:

“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 diatas, 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 diatas dalam undang-undang dan peraturan-peraturan untuk tujuan kesejahteraan bangsa dan negara.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan tentang ciri-ciri yang melekat pada pengertian pajak, yaitu sebagai berikut:

- a. Pajak peralihan kekayaan dari orang/badan ke pemerintah
- b. Pajak dipungut berdasarkan/dengan kekuatan perundang-undangan
- c. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah yang bila dari pemasukkannya masih terdapat *surplus*, digunakan untuk membiayai *public investmen*.

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

Secara umum tujuan diberlakukannya pajak adalah mencapai kondisi meningkatnya ekonomi suatu negara dengan maksud untuk membatasi konsumsi dan dengan hal tersebut bisa mentransfer sumber dari konsumsi, untuk mendorong



tabungan dan penanaman modal, untuk mentransfer sumber dari tangan masyarakat ke tangan pemerintah. Dalam mencapai tujuan negara, pemerintah perlu memegang asas-asas pemungutan dalam memilih *alternative* pemungutannya sehingga diperoleh keserasian dalam pemungutan pajak dengan tujuan dan asas yang masih diperlukan. Menurut Adam Smith Buku Zulia Hanum & Rukmini (2012, hal. 7) menjelaskan beberapa syarat yang penting dalam sistem pemungutan pajak, yaitu:

1. Equity, yaitu pengenaan pajak yang sama terhadap wajib pajak dalam keadaan yang sama.
2. Certainly, yaitu pajak yang dibayar harus terang dan tidak mengenal kompromi.
3. Convenient of Payment, yaitu pemungutan pajak harus pada saat yang tepat yaitu saat diterimanya penghasilan.
4. Efisiensi, yaitu pemungutan tidak lebih besar dari pajak yang dipungut.

Terdapat 3 fungsi pajak, yaitu:

1. Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara, untuk membiayai pengeluaran rutin pembangunan. Sebagai contoh:

Dimasukkannya pajak dalam APBN sebagai penerimaan dalam negeri.

2. Fungsi Mengatur (*Regulated*)

Pajak merupakan alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang perpajakan. Contohnya:

Dikenakannya pajak yang lebih tinggi terhadap minuman keras demikian juga terhadap barang mewah, hal ini bertujuan untuk dapat menekan penggunaan barang tersebut.

3. Fungsi Redistribusi/pemerataan/penyaluran kembali.

### **c. Sistem Pemungutan Pajak**

Menurut Waluyo (2008, hal. 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.

System, yaitu pihak ketiga diberikan kewenangan untuk menghitung, memungut, dan menyetorkan hutang pajak.

## **2. Pajak Daerah**

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

Menurut Undang-undang No. 34 tahun 2000 pasal 1 angka 6 menyatakan bahwa 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.

Menurut perda Kota Medan No. 7 Tahun 2011, pajak daerah 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 sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Sedangkan menurut Mardiasmo (2003, hal. 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.

## **b. Jenis Pajak Daerah**

Pajak daerah yang diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 dibedakan menjadi dua yaitu:

### 1. Pajak Provinsi

Adapun jenis pajak didalam provinsi terdiri dari:

- a. Pajak Kendaraan Bermotor
- b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
- c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
- d. Pajak Air Permukaan
- e. Pajak Rokok

## 2. Pajak Kabupaten/Kota

Adapun jenis pajak didalam Kabupaten/Kota adalah:

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

## 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 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.

#### **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 sebaagai 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 disfungsi 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 perhitungan pajaknya:

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

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 perhitungan pajaknya:

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

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 perhitungan pajaknya:

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

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 15% dari pokok pajak, maka cara perhitungan pajaknya:

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

Tambahan pajak karena reklame alkohol/rokok

$$\text{Pajak} = \text{pokok pajak} + (15\% \times \text{pokok pajak})$$

#### **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.

## 6. Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan

Budget juga merupakan “control by budget” istilah ini menunjukkan bahwa budget dapat dijadikan sebagai alat untuk melakukan pengawasan. Dengan adanya anggaran maka standar kerja sudah ada, kemudian sistem atau sistem informasi lainnya angka realisasi yang dapat kita hadapkan dengan standard atau sasaran anggaran. Perbedaan dua angka ini merupakan penyimpangan atau varians, Sofyan Syafri, Harahap (2001, hal.75) “penyimpangan ini tidak akan terjadi jika harapan sama dengan kenyataan. Kita sudah mempersiapkan segalanya bahwa kemungkinan besar apa yang kita anggarkan akan tercapai. Oleh karena itu jika seandainya ada penyimpangan, maka harus di kaji dan di cari penyebabnya. Dan biasanya penyimpangan ini ada dua kemungkinan:

- a. Penyimpangan yang menguntungkan (Favorable variance)
- b. Penyimpangan yang tidak menguntungkan (Unfavorable variance)

Menurut Nafrin (2007, hal.30) fungsi anggaran sebagai pengawasan (controlling). Pengawasan berarti mengevaluasi (menilai) pelaksanaan pekerjaan dengan cara membandingkan realisasi dengan rencana, dan melakukan tindakan bila di pandang perlu.

Dari kesimpulan teori diatas, fungsi anggaran sebagai pengawasan berarti, anggaran bisa menjadi alat yang bisa menilai suatu pelaksanaan atau pekerjaan, dengan melihat sejauh mana selisih antara anggaran yang ditetapkan dengan realisasi yang terjadi. Apabila semakin tinggi selisih, mungkin ada hal yang harus diperhatikan, yang menyebabkan terjadinya penyimpangan tersebut. Dalam hal ini mungkin yang perlu mendapat perhatian adalah masalah

pengawasan, yaitu apa yang menyebabkan belum berfungsinya anggaran sebagai alat pengawasan.

Anggaran sebagai pengawasan juga dapat dilihat dari penelitian terdahulu dibawah ini, yang bisa dijadikan acuan bahwa anggaran bisa menjadi sebagai alat pengawasan dengan melihat sisi anggaran dan realisasi.

## 7. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini selain berpedoman pada data yang didapat dari perusahaan literatur berupa bahan bacaan maupun bahan kuliah, penulis juga mereferensikan penelitian terdahulu yaitu:

**Tabel II.2**

**Daftar Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil penelitian</b>
Zulia Hanum, SE,M.Si (2010)	Peranan Anggaran Penerimaan Pajak Daerah Sebagai Alat Perencanaan dan Pengawasan Studi Kasus di Dinas Pendapatan Daerah Sumatera Utara	Variabel : Anggaran, Perencanaan dan Pengawasan, Pajak Daerah	Peranan anggaran penerimaan pajak daerah belum dapat dijadikan sebagai alat perencanaan dan pengawasan dengan baik.

<p>Syafrida Hani dan H. Maya Sari (2014)</p>	<p>Analisis Masalah Sistem Pengawasan Pemungutan Pajak Restoran Dalam Peningkatan PAD Kota Medan</p>	<p>Variabel: Pajak daerah, penerimaan pajak, sosialisasi peraturan pajak</p>	<p>Masih belum maksimalnya penerimaan pajak restoran, sehingga dibutuhkan suatu model sistem pengawasan yang dapat menjembatani kelemahan aspek sosialisasi peraturan antara pihak pemerintah kota dengan pihak pengusaha atau pengelola restoran</p>
<p>Tjajana Nabila (2016)</p>	<p>Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Parkir di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Deli Serdang</p>	<p>Variabel: Anggaran, Pengawasan, Pajak Parkir</p>	<p>Setiap tahun realisasi penerimaan pajak parker meningkat namun pengawasan yang di lakukan belum cukup efektif karena belum tercapainya target yang di tetapkan</p>



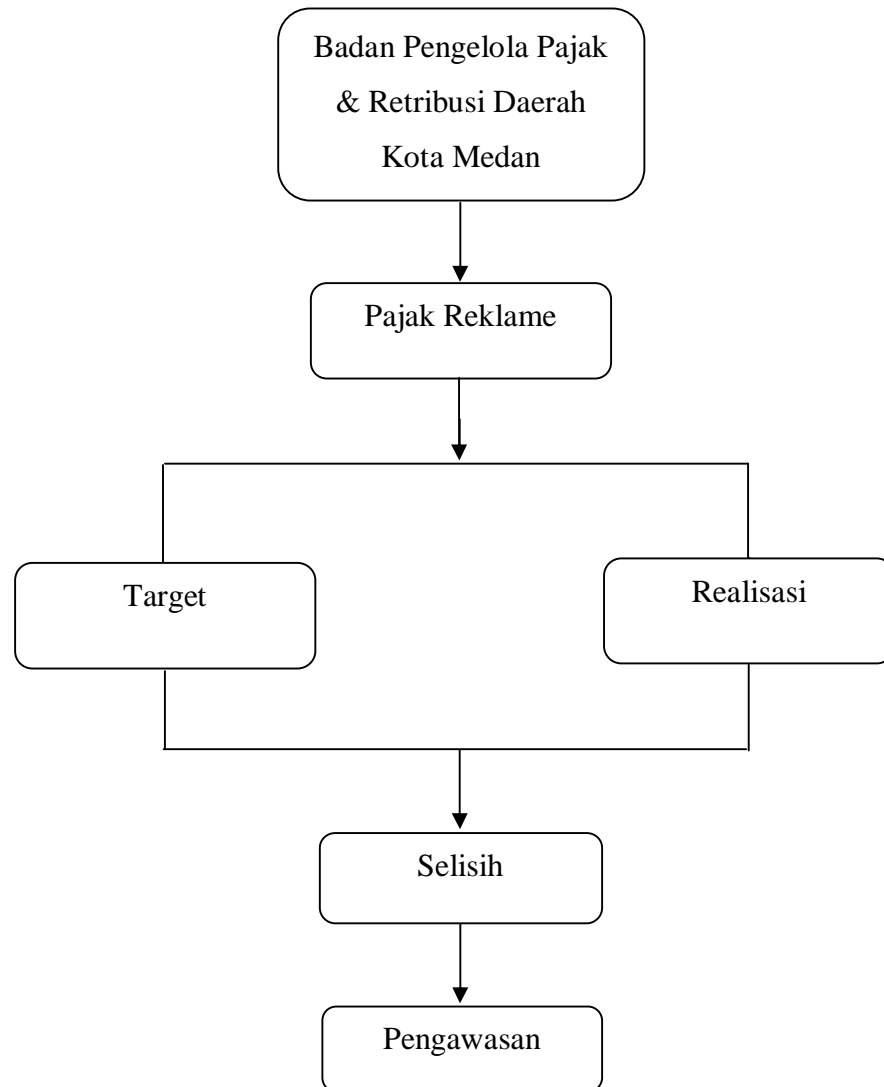
<p>Yeni Ernita (2016)</p>	<p>Analisi Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Penerimaan Pajak Hotel dan Pajak Restoran Di Dinas Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Langkat</p>	<p>Pengawasan, Pajak Hotel dan Pajak Restoran</p>	<p>Diperlukannya pengawasan pajak hotel dan pajak restoran pada Dinas Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Langkat karena penerimaan pajaknya belum efektif</p>
<p>Heni Nurani (2010)</p>	<p>Peran Pengawasan Pajak Dalam Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Garut</p>	<p>Peran Pengawasan dan Pajak Reklame</p>	<p>Peran pengawasan dalam penerimaan pajak reklame dikabupaten garut dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Garut</p>

## **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 dkk (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 dari Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan yaitu data anggaran pajak reklame yang berupa target dan realisasi pajak reklame yang menghasilkan selisih. Anggaran 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**

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah fungsi anggaran sebagai alat pengawasan yaitu mengevaluasi (menilai) suatu pekerjaan dengan melihat bagaimana perbandingan realisasi dan rencana dan kemudian melakukan tindakan apabila perlu, jika terdapat selisih yang merugikan. Untuk melihat sudah berfungsinya anggaran sebagai alat pengawasan, maka indikator yang bisa digunakan adalah dengan:

1. Membandingkan target dan realisasi penerimaan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan.
2. Melihat tindakan perbaikan dalam hal anggaran, jika terjadi selisih yang merugikan.

### 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 juli 2017 sampai dengan Oktober 2017

**Tabel III-1**

NO	Jenis Kegiatan	Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■														
2	Pra Riset			■	■	■	■										
3	Penyusunan Proposal							■	■	■							
4	Bimbingan proposal									■	■						
5	Seminar Proposal													■			
6	Riset													■			
7	Penyusunan Skripsi													■	■	■	
8	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■
9	Sidang Meja Hijau														■	■	■

**Waktu Penelitian**

#### **D. Jenis Data**

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif.

- a. Data kualitatif merupakan data yang tidak dapat di ukur dalam bentuk skala numerik atau data yang menghasilkan dalam bentuk deskriptif. Data yang berupa wawancara dengan staf di Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.
- b. 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 2012-2016.

#### **E. Sumber Data**

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data, yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dengan cara melakukan penelitian langsung di tempat yang menjadi objek penelitian, guna mencari informasi sebagai data pendukung untuk penelitian dari hasil wawancara terkait realisasi pajak reklame dari target yang ditetapkan di Kota Medan.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diambil dari catatan atau sumber lain yang telah tersedia dan sudah diolah oleh pihak ketiga, yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan berupa laporan data perbandingan realisasi dan target penerimaan Pajak

Reklame dan data Pajak Daerah tahun anggaran 2012 sampai dengan tahun 2016.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Untuk memperoleh data tersebut digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### a. Teknik 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 2012-2016.

### b. Teknik Wawancara

Yaitu dengan melakukan tatap muka dengan narasumber yang dapat memberikan informasi sehubungan dengan topik yang diteliti pada penelitian ini.

**Tabel III.2**

### **Kisi-Kisi Wawancara**

No	Topik Pertanyaan	Butir Pertanyaan
1.	Tentang siapa yang menentukan dan proses penyusunan target anggaran	1,2,3
2.	Tentang pajak reklame	4,5,6,7

3.	Tentang pengawasan penerimaan pajak reklame	8,9,10,11
4.	Tentang upaya yang dilakukan BPPRD Kota Medan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame	12

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

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

Adapun teknik analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang dikumpulkan adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif yaitu dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi yang akan diperoleh untuk di analisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif.

Adapun tahapan yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1. Melakukan survey ke instansi untuk memperoleh fakta-fakta kemudian mengumpulkan data-data yang diperlukan berupa dokumentasi dan wawancara.
2. Menganalisis target dan realisasi penerimaan pajak reklame.
3. Menganalisis fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame.
4. Menganalisis penyebab tidak tercapainya realisasi penerimaan pajak reklame.
5. Menarik kesimpulan.





## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

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

Pada mulanya Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah 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 pada wajib pajak/wajib retribusi di dalam 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 No. 12 tahun 1978 menyesuaikan dan membentuk organisasi struktur organisasi Dinas Pendapatan yang baru. Dalam 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 5 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 2016**

<b>Tahun</b>	<b>Objek Perizinan Pajak Reklame</b>	<b>Target Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame (Rp)</b>
2012	3.792	56.161.250.000,-	25.954.919.442,-
2013	4.388	69.161.250.000,-	23.348.045.567,-
2014	3.052	35.308.417.000,-	10.709.910.917,-
2015	3.582	49.095.950.000,-	3.551.947.419,-
2016	5.265	89.852.375.000,-	17.508.256.230,-

*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, dan tahun 2016 realisasi Rp. 17.508.256.230,- dari target pajak yang di tetapkan Rp. 89.852.375.000,-.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak & 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 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 pajak reklame 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 5 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 2016**

<b>Tahun</b>	<b>Objek Perizinan Pajak Reklame</b>	<b>Target Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Selisih</b>	<b>Efektifitas (%)</b>	<b>Kriteria</b>
2012	3.792	56.161.250.000	25.954.919.442	(30.206.330.558)	46,21	Tidak Efektif
2013	4.388	69.161.250.000	23.348.045.567	(45.813.204.433)	33,76	Tidak Efektif
2014	3.052	35.308.417.000	10.709.910.917	(24.598.506.083)	30,33	Tidak Efektif
2015	3.582	49.095.950.000	3.551.947.419	(45.544.002.581)	7,23	Tidak Efektif
2016	5.265	89.852.375.000	17.508.256.230	(72.344.118.770)	19,48	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 Rp. 56.161.250.000,- dan realisasi sebesar Rp. 25.954.9191.442,- dengan presentase 46,21% 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. 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 Rp. 35.308.417.000,- dan realisasi sebesar Rp.

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 Rp. 49.095.950.000,- dan realisasi sebesar Rp. 3.551.947.419,- dengan presentase 7,23% 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,- dengan persentase 19,48% atau dengan kata lain pada tahun ini target yang telah ditetapkan tidak tercapai.

Dari data tersebut dapat dilihat pada tahun 2012 s/d 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 di tetapkan tidak pernah tercapai yang kemudian terdapat selisih yang merugikan dan menunjukkan tingkat pencapaian yang dilakukan Badan Pengelola Pajak & 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. Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada 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, sehingga dapat menilai (evaluasi) manajemen apakah sudah bekerja dengan baik

dalam melaksanakan kegiatan operasi pemerintah, selain itu dalam perbandingan tersebut dapat di ketahui pula sebab-sebab penyimpangan antara anggaran dengan realisasinya, yang kemudian melakukan tindakan perbaikan apabila terdapat penyimpangan yang merugikan bagi Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan. Namun, BPPRD Kota Medan belum melakukan hal tersebut yang dapat di buktikan dengan melakukan perbandingan antara anggaran dengan realisasi pajak reklame yang mana dari tahun 2012 sampai dengan 2016 selalu terdapat penyimpangan yang merugikan karena tidak tercapainya realisasi penerimaan pajak reklame.

Anggaran diperlukan BPPRD Kota Medan sebagai alat pengawasan terhadap pelaksanaan (realisasi) dan rencana tersebut dimasa yang akan datang serta pengawasan anggaran dimaksud untuk menghindari terjadinya penyimpangan-penyimpangan yang kurang menguntungkan bagi pemerintah yang dapat mempengaruhi pada Pendapatan Asli Daerah Kota Medan, maka dalam penyusunan anggaran Pemerintah Kota Medan harus memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Hal ini sesuai dengan teori Rudianto (2013, hal.66) yang menyatakan bahwa “sebagian bagian dari fungsi pengawasan (controlling), anggaran berguna sebagai alat penilaian seluruh kegiatan perusahaan setiap manajemen lebih baik dari anggaran, maka dapat dinilai bahwa anggaran sebagai alat pengawasan tersebut telah berhasil mencapai rencana yang telah ditetapkan”.

Pembayaran pajak reklame dilakukan dengan menggunakan sistem self assessment, sistem self assessment merupakan suatu sistem perpajakan yang memberikan kepercayaan dan tanggungjawab kepada wajib pajak berinisiatif



mendaftarkan dirinya untuk mendapatkan npw, menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri pajak terhutang.

Proses pengawasan yang dilakukan Badan Pengelola Pajak & Reribusi Daerah Kota Medan pada pajak reklame:

a. Menentukan target penerimaan pajak reklame

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

b. Melakukan penjagaan/penongkrongan secara langsung selama 15 hari atau 30 hari dan pemeriksaan setiap 3 bulan sekali terhadap wajib pajak yang tidak melaporkan SPTPD secara benar, hasil pemeriksaan akan di tuangkan dalam bentuk laporan hasil pemeriksaan dan di tetapkan menjadi SKPDKB.

Dari pelaksanaan penjagaan dan pemeriksaan tersebut diharapkan wajib pajak sadar akan setiap proses yang harus ditaati dan wajib pajak dapat patuh dalam melaporkan SPTPD secara benar.

c. Wajib pajak yang tidak membayar dan tidak melaporkan SPTPD akan dikirimkan surat teguran atas keterlambatan melaporkan SPTPD setiap bulan.

Kurangnya kesadaran wajib pajak dalam pembayaran dan keterlambatan pelaporan SPTPD sehingga BPPRD Kota Medan melakukan tindakan teguran terhadap wajib pajaknya.

- d. Melakukan kerja sama dengan pihak lain dengan BPKP khusus terhadap wajib pajak yang tidak mau di periksa.

Terjalannya kerja sama dengan pihak BPKP khusus ini merupakan tindakan tepat terhadap wajib pajak yang melanggar peraturan yang sudah di tetapkan.

- e. Melakukan pemeriksaan langsung ke lapangan bagi yang mendirikan reklame di tempat yang tidak dibenarkan maka akan dihimabu untuk di bongkar dengan memberikan waktu 3 x 24 jam. Jika wajib pajak tidak membongkar maka pihak BPPRD membentuk tim gabungan dari SATPOL PP, dan beberapa SKPD pengelola reklame untuk melakukan pembongkaran.

## **2. Faktor-Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Target Pajak Reklame**

Setelah melihat tidak berhasilnya Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan untuk mendapatkan anggaran sesuai dengan yang di targetkan, 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 di tetapkan 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. Upaya-Upaya Yang Dilakukan Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan**

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. Menjalinkan 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%.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian serta analisis yang penulis uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis akan mencoba untuk menarik kesimpulan mengenai fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan dan selanjutnya memberikan saran sehubungan dengan uraian-uraian yang dikemukakan.

#### **A. Kesimpulan**

1. Belum berfungsinya anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan, dan dapat dibuktikan dengan membandingkan antara anggaran dengan realisasi pajak reklame yang mana dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 selalu terdapat penyimpangan yang merugikan dan tidak dilakukan perbaikan (evaluasi).
2. Pelaksanaan pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan secara umum belum efektif, dan tidak sesuai dengan proses pengawasan yang ada.
3. Tidak tercapainya realisasi pajak reklame yang direncanakan di sebabkan 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.

## **B. Saran**

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

1. Agar anggaran dapat berfungsi sebagai alat pengawasan yang baik, Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan sebaiknya meningkatkan pengawasan yang optimal, dengan semakin baiknya pengawasan, akan meningkatkan penerimaan pajak reklame, dengan begitu target yang dibuat dapat tercapai.
2. Diharapkan Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan dapat lebih meningkatkan pelaksanaan pengawasan agar sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.
3. 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.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani. (2009). *Hubunan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia Edisi Revisi Keempat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arfan Iksan, Yamin, Heny, Hamdani. (2014). *Akuntansi Sektor Publik*. Bandung: Citapustaka Media.
- Ari Purwati, Darsono. (2008). *Penganggaran Usaha, Edisi Pertama*. Jakarta: Wacana Media
- Handoko, Hani. (2012). *Manajemen*. Yogyakarta: Balai Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2001). *Budgeting, Penganggaran Perencanaan Lengkap Untuk Membantu Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Heni Nuraini. (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*. Jakarta: Salemba Empat.
- M. Nafarin. (2007). *Perusahaan Penganggaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardiasmo. (2009). *Perpajakan Edisi Revisi 2009*. Yogyakarta: ANDI
- Marihot Pahala Siahaan. (2009). *Pajak Daerah & Retribusi Daerah, Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Maya Sari, Syafrida Hani. (2014). "Analisis Masalah Sistem Pengawasan Pemungutan Pajak Restoran Dalam Peningkatan PAD Kota Medan", *Jurnal Pembangunan Perkotaan*. Volume 2 No.1.
- Peraturan Daerah Kota Medan, No. 11 Tahun 2011 *Tentang Pajak Reklame*. Pemerintah Kota Medan, Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen*, Penerbit Erlangga.
- Siti Resmi. (2013). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjajana Nabila. (2016). "Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan 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*.
- Undang-Undang No. 34 Tahun 2000 *Pasal 1 Ayat 6 Pengertian Pajak Daerah, Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan*.
- Zulia Hanum, SE,M.Si. (2010). "Peran Anggaran Penerimaan Pajak Daerah Sebagai Alat Perencanaan dan Pengawasan Studi Kasus di Dinas Pendapatan Daerah Kota Sumatera Utara", *Jurnal Akuntansi*. Jurnal.umsu.ac.id

## **LEMBAR WAWANCARA**

Dengan segala hormat dan kerendahan hati, demi terselesainya penelitian ini mohon kiranya Bapak/Ibu untuk memberikan jawaban dari pertanyaan dibawah ini, berdasarkan keadaan perusahaan yang sebenar-benarnya. Dimana hasil dari jawaban Bapak/Ibu berikan semata-mata hanya untuk penelitian ilmiah yang dapat membantu saya dalam proses penyusunan skripsi, sehingga tidak akan mengganggu kredibilitas Bapak/Ibu sebagai staff di Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan. Semoga Bapak/Ibu memberikan manfaat bagi kita semua, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Judul Penelitian : Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan.

Tempat Wawancara : Jl. Jendral Abdul Haris Nasution No. 32 Medan

Nama Responden : Abdul Razak, SAB, M.Si

NIP : 19860228 200502 1002

Jabatan : Bedahara Penerimaan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan



No.	Pertanyaan	Argumentasi
1.	Siapa yang berwenang dalam penyusunan target anggaran pajak daerah khususnya pajak reklame?	Pemerintah Kota Medan yang di putuskan/di setuju oleh DPRD
2.	Bagaimana dasar penyusunan target anggaran pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan?	Sebelum menentukan target anggaran pihak BPPRD Kota Medan melakukan analisis mengenai potensi penerimaan pajak reklame tahun berikutnya setelah mendapatkan hasil, pihak BPPRD melakukan pertemuan dengan PEMKO Medan. PEMKO Medan yang membuat target anggaran pajak reklame dengan melihat pertumbuhan dan perkembangan di Kota Medan dengan melihat anggaran tahun sebelumnya dan pendapatan penerimaan pajak reklame tahun sebelumnya setelah itu di setuju oleh DPRD Kota Medan.
3.	Kenapa target dan realisasi pajak reklame tahun 2016 meningkat tinggi dan wajib pajak terdaftar tahun 2014	Target dan realisasi meningkat di tahun 2016 karena disebabkan bertambahnya wajib pajak terdaftar di BPPRD Kota Medan serta pembangunan reklame yang tidak melaporkan dan ralisasi meningkat dari

	menurun?	tambahan pungutan WP tahun sebelumnya.
4.	Berapa tarif pajak reklame yang ditetapkan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan?	BPPRD tidak menetapkan tarif pajak secara langsung, tetapi mengikuti peraturan daerah yang di tetapkan oleh PEMDA Kota Medan dengan di setujui DPRD Kota Medan.
5.	Masalah-masalah apa yang dihadapi dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame?	<p>a) Wajib pajak reklame banyak yang tidak patuh dan tidak membayar pajak sesuai dengan tarif yang sudah ditetapkan berdasarkan peraturan yang berlaku.</p> <p>b) Koordinasi dengan wajib pajak reklame susah dilakukan, hal ini karena banyak WP reklame yang berdomisili di luar Kota Medan dan jam operasional di luar jam kerja petugas BPPRD Kota Medan</p> <p>c) Masih banyak WP reklame yang tidak melaporkan usahanya baik mulai operasi maupun plaporan keuangan secara benar.</p>
6.	Faktor-faktor apa yang menyebabkan belum terealisasinya target pajak reklame?	<p>a) Banyaknya wajib pajak reklame yang tidak melaporkan SPTPD secara benar dan tepat waktu</p> <p>b) Banyak wajib pajak yang tidak membayar pajak sesuai tarif yang sudah ditetapkan dalam Surat Ketetapan Pajak Daerah</p>

		<p>(SKPD)</p> <p>c) Banyaknya pemasangan objek reklame liar tanpa izin dan juga tidak mengurus pajaknya.</p> <p>d) Masih rendahnya regulasi/peraturan yang kurang tegas terhadap wajib pajak yang tidak patuh akan pajaknya.</p>
7.	<p>Bagaimana proses dalam pembuatan papan reklame sampai dengan proses pembayaran?</p>	<p>Wajib pajak melakukan perizinan terlebih dahulu setelah di setujui lalu wajib pajak melakukan pendaftaran dengan ketentuan ketentuan serta jenis dan ukuran yang ada, lalu BPPRD mengecek kembali berkas pendaftaran setelah masuk berkas permohonan pendaftarannya lalu petugas mengecek kembali ke lapangan untuk melihat kebenaran ukuran dan jenisnya kalau sudah benar di tuangkan dalam BAP jika sudah sesuai lalu dibuat nota perhitungan pajaknya, lalu wajib pajak membayar ke Bank.</p>
8.	<p>Bagaimana proses pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak dan</p>	<p>a) Menentukan target penerimaan pajak reklame</p> <p>b) Melakukan penjagaan/penongkronan secara langsung selama 15 hari atau 30</p>

	Retribusi Daerah Kota Medan terhadap wajib pajak reklame?	<p>hari dan pemeriksaan setiap 3 bulan sekali terhadap wajib pajak yang tidak melaporkan SPTPD secara benar, hasil pemeriksaan akan dituangkan dalam bentuk laporan hasil pemeriksaan dan di tetapkan menjadi SKPDKB.</p> <p>c) Wajib pajak yang tidak melaporkan SPTPD akan di kirimkan Surat Teguran atas keterlambatan melaporkan SPTPD untuk setiap bulan.</p>
9.	Bagaimana proses pengawasan yang terjadi di lapangan terhadap wajib pajak yang tidak patuh?	<p>a) Melakukan kerja sama dengan dengan pihak lain yaitu BPKP khusus terhadap WP yang tidak mau di periksa.</p> <p>b) Melakukan pemeriksaan langsung ke lapangan bagi yang mendirikan reklame di tempat yang tidak di benarkan maka akan di himbau untuk di bongkar dengan memberikan waktu 3x24 jam. Jika wajib pajak tidak membongkar maka pihak BPPRD membentuk tim gabungan dari SALPO PP, dan beberapa SKPD pengelola reklame untuk melakukan pembongkaran.</p>
10.	Bagaimana fungsi	Untuk mencapai realisasi sesuai target yang

	<p>anggaran agar realisasi pajak reklame mencapai target yang di tentukan?</p>	<p>telah di tetapkan dapat dilakukan dengan melakukan pengawasan yang baik.</p>
11.	<p>Apakah pengawasan pada penerimaan pajak reklame sudah berjalan efektif dan efisien?</p>	<p>Belum, jika realisasi pajak terhadap target penerimaan pajak reklame sudah mencapai 100% berarti pengawasan sudah efektif.</p>
12.	<p>Bagaimana upaya yang dilakukan BPPRD Kota Medan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Melakukan himbauan terus menerus kepada wajib pajak yang melakukan pelanggaran.</li> <li>b) Wajib pajak yang tidak melaporkan SPTPD akan di kirimkan surat teguran atas keterlambatan melaporkan SPTPD untuk setiap bulan.</li> <li>c) Menjalin kerjasama dengan SKPD lain yang terkait izin usaha, seperti Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Kota Medan.</li> <li>d) Melakukan penagihan langsung kepada wajib pajak yang memiliki tunggakan pajak atas usahanya.</li> <li>e) Melakukan kegiatan dan intensifikasi pajak reklame, dengan melakukan</li> </ul>

		<p>pendataan pajak reklame secara rutin melalui 7 UPT di wilayah Kota Medan.</p> <p>f) Dikenakan denda jika wajib pajak melakukan penyimpangan minimal sebesar 2%.</p>
--	--	--