

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

SKRIPSI

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



Oleh:

Nama : TIKA DEWI
NPM : 1405170365
Program Studi : AKUNTANSI

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

2018

ABSTRAK

Tika Dewi, NPM. 1405170365. Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah anggaran dapat dijadikan alat pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dan untuk mengetahui apa faktor yang menyebabkan target pajak reklame tidak tercapai sesuai yang telah ditargetkan APBD. Pendekatan penelitian yang digunakan ialah deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan mengetahui, melihat peranan pengawasan pajak reklame berdasarkan anggaran, menganalisis dari data sehingga mengetahui gambaran sebenarnya, membandingkan masalah dengan didukung teori, mengetahui masalah pajak reklame tahun 2013 s/d 2016 yang dihadapi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu belum efektifnya fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Dibuktikan dari masih terdapat selisih yang tidak diharapkan dari target pajak reklame dimana realisasi dari pajak reklame sangat tidak efektif dari tahun 2013 s/d 2016. Agar realisasi tercapai sesuai target kerja sama antara petugas dinas dengan wajib pajak sangat diperlukan.

Kata Kunci : Anggaran, Pengawasan Pajak Reklame

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini. Selanjutnya tak lupa pula penulis mengucapkan salawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Skripsi ini merupakan kewajiban bagi penulis guna melengkapi tugas-tugas dan syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda Jumari dan ibunda Sukini Abang Ramadi tercinta dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta doa maupun dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Januri, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Fitriani Saragih, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Ibu Zulia Hanum,S.E M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Hj. Dahrani SE, M.Si selaku pembimbing yang telah banyak membantu dan tulus ikhlas membimbing skripsi ini.
7. Bapak/ibu staf Pengajar Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama ini.
8. Pegawai biro program studi akuntansi yang telah banyak membantu memberikan arahan dalam proses penyelesaian administrasi.
9. Terima kasih Yuni Sri Rahayu, Yati Rahmawi, Windya Aivatco, Keluarga Kecil Manis Annisba, Nazli Farhani Nst, Nia Chania, Siti Juraidah siregar, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat bantuan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan maupun kesalahan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran semua pihak untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua, amin. Wassalam

Medan, Februari 2018

Penulis

TIKA DEWI
1405170365

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II URAIAN TEORI	
A. Landasan Teori	9
1. Anggaran	9
2. Pengawasan	12
3. Pajak Reklame	15
B. Penelitian Terlebih Dahulu	24
C. Kerangka Berfikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	26
B. Defenisi Operasional Variabel	26
C. Tempat dan Waktu Penelitian	27
D. Jenis dan Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	31
1. Deskripsi Data	31
a. Proses Pengajuan Anggaran Oleh BPPRD Kota Medan	31
b. Laporan Perbandingan Realisasi & Anggaran Pajak Reklame	31
c. Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak reklame	34
B. Pembahasan	35
1. Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan pada BPPRD Kota Medan	36
2. Proses Pengawasan pada BPPRD Kota Medan	38
3. Faktor Penyebab Terjadinya Selisih antara Target & Realisasi Pajak Reklame	40
4. Kendala dalam Penerimaan Pajak Reklame	41
5. Upaya dalam Mengatasi Penerimaan Pajak Reklame	42
6. Kendala dalam Pengawasan Pajak reklame	42

7. Upaya dalam Meningkatkan Pengawasan Pajak Reklame43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan45
2. Saran46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Anggaran dan Realisasi Pendapatan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Tahun 2013-2016	3
Tabel II-2 Daftar Lokasi Jalan yang Tidak Dibenarkan untuk Penyelenggaraan Reklame di Kota Medan	17
Tabel II-3 Jenis Reklame dan Nilai Sewa	18
Tabel II-4 Jenis Reklame <i>Billboard/Baliho/Bando/Videotron/Megatron</i> dan <i>Mini Billboard</i> Sejenisnya	19
Tabel II-5 Reklame Kain berupa Umbul-umbul, Spanduk dan Banner, Reklame Menempel/Rombong/Reklame Berjalan serta Reklame Neon Box	19
Tabel II-6 Penelitian Terlebih Dahulu	24
Tabel III-1 Kisi-Kisi Instrumen Wawancara	27
Tabel III-2 Rincian Waktu Penelitian	28
Tabel IV-1 Anggaran dan Realisasi Pendapatan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Tahun 2013-2016	32
Tabel IV-2 Interpretasi Nilai Efektifitas	33
Tabel IV-3 Jumlah Pajak Reklame pada BPPRD	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar A.1	5
Gambar C.2	25
Gambar C.4	34

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Medan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia. Berbatasan dengan Selat Malaka menjadikan Medan kota perdagangan, industri, dan bisnis yang mengalami perkembangan cukup pesat. Keadaan ini ditandai dengan semakin banyaknya pembangunan infrastruktur yang dilakukan Pemerintah Kota Medan. Dalam melakukan perubahan tersebut, pastilah memerlukan dana yang sangat besar, dan dana itu berasal dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) dan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD), dimana sebagian besar bersumber dari penerimaan pajak. Ini menjelaskan bahwa pajak memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara.

Pajak menurut Undang-Undang No.28 Tahun 2009 pasal 1 angka 10 pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak ialah 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. Setiap daerah memiliki kebijakan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, salah satu yang dapat dikembangkan potensinya oleh pemerintah daerah adalah pajak reklame.

Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 pasal 1, 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. Pajak reklame seharusnya cukup potensial untuk mempengaruhi peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Medan dikarenakan setiap tahunnya semakin banyak reklame yang terpasang disepanjang jalan. Namun realisasi penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan beberapa tahun terakhir tidak mencapai dari jumlah yang ditargetkan. Berberapa upaya yang dilakukan untuk mencapai target yaitu sosialisasi penyuluhan perpajakan ke seluruh wajib pajak serta pengawasan yang baik agar realisasi sesuai dengan target.

Menurut Julita, dkk (2014, hal 7). “Anggaran adalah suatu rencana keuangan periodik yang disusun berdasarkan program yang telah disahkan.” Anggaran merupakan alat ukur perencanaan yang diperlukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sebagai alat pengawasan terhadap pelaksanaan atau realisasi dari suatu rencana diwaktu yang akan datang.

Menurut Sabil (2017;Vol.IV), “Kegunaan anggaran yang pokok adalah sebagai pedoman kerja, sebagai alat pengkoordinasian kerja serta sebagai alat pengawasan kerja. Bilamana dibandingkan dengan fungsi-fungsi manajemen tersebut, nampaklah bahwa *budget* mempunyai kaitan yang sangat erat dengan manajemen, khususnya yang berhubungan dengan penyusunan rencana (*planning*), pengkoordinasian kerja (*coordinating*), dan pengawasan kerja (*controlling*)”. Sebagai alat pengawasan antara anggaran dan kenyataan jarang terdapat kesamaan, sehingga hampir selalu terjadi selisih. Dalam realisasinya yang kita kehendaki bila terjadi selisih maka selisih tersebut merupakan selisih

lebih atau selisih yang diharapkan (*unfavorable variance*). Pengawasan anggaran dilakukan untuk mengawasi kegiatan, pengeluaran, pencegahan terhadap pemborosan-pemborosan yang sering tidak terkontrol.

Pajak reklame sebagai salah satu Pendapatan Asli Daerah yang penyelenggaraan dan pengelolaan memerlukan anggaran pendapatan sebagai dasar pedoman dan alat pengawasan dari kinerja operasi dan sebagai dasar untuk perencanaan dan penyusunan berbagai jenis anggaran lain, oleh karena itu anggaran pendapatan merupakan suatu hal yang sangat penting dan utama dilakukan.

Fenomena dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel I-1
Anggaran dan Realisasi Pendapatan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Tahun 2013-2016

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	(%)
2013	69.161.250.000	18.842.861.671	27,24
2014	59.161.250.000	9.620.486.121	16,26
2015	78.352.375.000	12.834.133.038	16,38
2016	89.852.375.000	17.508.256.230	19,49

Sumber : Data BPPRD Kota Medan

Berdasarkan table dapat dilihat telah terjadi ketidak sesuaian antara anggaran dengan realisasinya pada tahun 2013 sampai 2016, dimana jumlah realisasi pendapatan pajak daerah lebih kecil dari target yang telah ditetapkan. Hal ini terjadi karena masih ada wajib pajak yang tidak mau mengurus pajaknya, selain itu masih ada wajib pajak yang melaksanakan pembayaran tidak sesuai dengan nilai yang tercantum dalam Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) dan juga banyak ditemukan pemasangan objek reklame liar tanpa izin, hal ini membuat pendapatan pajak daerah untuk pajak reklame tidak mencapai target yang telah ditetapkan.

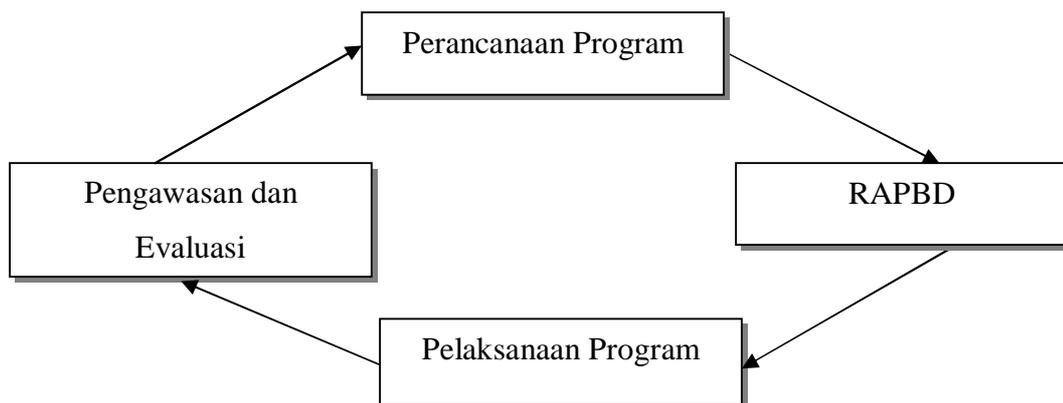
Julita, dkk (2014;15). “Laporan tentang realisasi pelaksanaan anggaran yang di lengkapi dengan berbagai analisa perbandingan antara target dengan realisasinya itu, sehingga dapat diketahui penyimpangan-penyimpangan yang terjadi baik penyimpangan yang bersifat positif atau menguntungkan mau pun yang bersifat negatif atau merugikan dapat diketahui sebab-sebab terjadinya penyimpangan-penyimpangan tersebut, sehingga dapat diambil beberapa tindak lanjut atau *follow up* yang segera perlu dilakukan.”

Menurut Halim (2004;93) apabila yang dicapainya minimal 100% maka rasio efektifitas semakin baik, artinya semakin efektif pajak daerah. Demikian pulak sebaliknya, semakin kecil presentase efektifitasnya menunjukkan pajak daerah semakin tidak efektif.

Menurut Prasetyantoko dkk, (2012;81). “Pajak merupakan instrumen penting dalam negara demokrasi, karena ia memiliki fungsi retribusi pendapatan. Perdebatan kontemporer tentang pajak masih terus berlangsung antara kaum Libertarian dan kaum Egalitarian, dan persoalan yang diperdebatkan adalah bagaimana mengatasi ketimpangan, kaum Egalitarian mengusulkan model asuransi layak dipertimbangkan dalam sistem perpajakan di Indonesia. Warga negara memilkin kewajiban membayar pajak, sedangkan pemerintah wajib menyediakan kebutuhan fundamental warga negara seperti pendidikan, kesehatan, pensiun dan jaminan sosial lainnya.”

Pengawasan merupakan suatu kegiatan yang mempunyai tujuan straregi, kebijakan, program kerja, dan anggaran dilaksanakan sesuai dengan yang telah ditentukan. Di dalam proses pengawasan terdapat berbagai kegiatan yang diantaranya mengukur kinerja dengan program kerja dengan anggaran yang

menimbulkan selisih, menganalisis selisih dan menentukan penyebab terjadinya selisih dan langsung tindakan perbaikan. Pengawasan harus dilakukan sepanjang proses pelaksanaan organisasi agar selisih yang terjadi dapat diantisipasi. Berikut adalah skema standar sistem pengawasan yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.



Gambar A.1 Standar sistem pengawasan

Dalam pengawasan penerimaan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yaitu pengawasan dilakukan dengan membentuk tim fasilitasi dan koordinasi pajak reklame guna melakukan pengecekan kelengkapan, kurangnya pengawasan pelaksanaan kegiatan penjagaan terhadap wajib pajak reklame yang potensinya dianggap tidak sesuai dengan pembayaran pajak mengakibatkan target yang telah ditetapkan tidak tercapai.

Menurut Fadjar (2016: Vol.6), Pengawasan adalah mengevaluasi prestasi kerja dan tindakan perbaikan apabila perlu. Aspek pengawasan yaitu dengan membandingkan antara prestasi dengan yang dianggarkan, apakah dapat ditemukan efisiensi atau apakah para manajer pelaksana telah bekerja dengan baik dalam mengelola perusahaan. Tujuan pengawasan itu bukanlah mencari kesalahan

akan tetapi mencegah dan memperbaiki kesalahan untuk menjamin tercapainya tujuan-tujuan dan rencana.

Dalam hal ini pengawasan sangat diperlukan, menurut Alfines, (2013;2).” Fungsi pengawasan merupakan fungsi manajemen yang penting yaitu untuk menunjang kelancaran pelaksanaan program pembangunan nasional, sehingga diharapkan dengan pelaksanaan pengawasan yang efektif akan terwujud tujuan yang dikehendaki. Peranan pengawasan di dalam pelaksanaan pembangunan adalah untuk mendeteksi secara dini terhadap berbagai penyimpangan yang mungkin terjadi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas serta melihat begitu pentingnya suatu anggaran untuk dijadikan sebagai alat pengawasan organisasi dalam mencapai tujuannya, maka penulis membahas lebih lanjut dengan judul **“Analisis Fungsi Anggaran sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa yang menjadi masalah utama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya pelanggaran penyelenggaraan reklame mengakibatkan pendapatan pajak reklame tidak mencapai target yang ditetapkan.
2. Banyaknya Wajib Pajak yang membayar pajaknya tidak sesuai dengan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD).
3. Banyak ditemukan reklame liar atau tidak memiliki izin Rekalme.

4. Kurangnya pengawasan yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan menyebabkan realisasi pajak reklame belum mencapai target.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis ditemui adanya masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame Pada Badan Pengelola Pajak & Retribusi Daerah Kota Medan ?
2. Apakah yang menyebabkan terjadinya selisih antara anggaran dan realisasi pendapatan pajak reklame pada Badan pengelola Pajak dan Retribusi Daerah?
3. Apakah upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- b. Untuk mengetahui apakah yang menyebabkan terjadinya selisih antara anggaran dan realisasi pendapatan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah.

- c. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti, penelitian ini menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang penyusunan anggaran serta peranan pengawasan anggaran dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- b. Bagi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan informasi kepada pihak-pihak yang terkait.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dalam penelitian selanjutnya yang sejenis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Anggaran

a. Pengertian Anggaran

Anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis dalam bentuk angka dan dinyatakan dalam unit moneter yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan untuk jangka waktu (periode) tertentu di masa yang akan datang.

Menurut Darsono dkk, (2010;2). “Anggaran ialah suatu perencanaan laba strategis jangka panjang, suatu perencanaan taktis laba jangka pendek, suatu sistem akuntansi berdasarkan tanggung jawab, suatu prinsip pengecualian yang berkesinambungan, sebagai alat untuk mencapai tujuan dan sasaran suatu organisasi.”

Menurut catur dkk, (2011;2). “Anggaran adalah rencana kegiatan yang akan dijalankan oleh manajemen dalam satu periode yang tertuang secara kuantitatif, melakukan koordinasi dan penerapannya dalam upaya memperoleh tujuan yang tertuang di dalam anggaran.”

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.58 Tahun 2005 Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah selanjutnya disingkat APBD adalah rencana keuangan tahunan Pemerintah Daerah yang dibahas dan disetujui bersama oleh Pemerintah Daerah dan DPRD, dan ditetapkan dengan Peraturan daerah.

Andre (2016, vol 4) menyatakan dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah dan desentralisasi fiskal, pemerintah daerah dituntut untuk memiliki

kemandirian keuangan daerah yang lebih besar yang berarti daerah tidak tergantung pada bantuan dari pemerintah pusat melalui dana perimbangan.

b. Fungsi Anggaran

Fungsi anggaran merupakan perencanaan dari seluruh kegiatan perusahaan yang mencakup berbagai kegiatan operasional yang saling berkaitan dan mempengaruhi satu sama lain sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

Julita dkk, (2014;17) fungsi anggaran dalam pengawasan terbagi menjadi beberapa bagian yaitu :

- 1) Mengendalikan operasi dan biaya serta pengeluaran.
- 2) Mencegah terjadinya pemborosan.
- 3) Memberikan standar yang memadai untuk mengukur prestasi.
- 4) Anggaran merupakan alat pembanding seberapa jauh pelaksanaan rencana tercapai.
- 5) Mendorong kesadaran pengendalian biaya.

Anggaran disusun berdasarkan taksiran yang tidak terlalu cepat, karena itu perbaikan dan penyesuaian dari taksiran tersebut perlu diadakan apabila penyimpangan yang terjadi mengubah program penganggaran. Apabila program suatu program penganggaran telah disusun harus dimungkinkan diadakan perbaikan dan penyesuaian.

c. Manfaat Anggaran

Manfaat anggaran ialah untuk perencanaan, pengendalian, evaluasi kinerja dan untuk mengarahkan perilaku manajer dan karyawan.

Julita dkk, (2014;15) anggaran mempunyai banyak manfaat, antara lain :

- 1) Segala kegiatan dapat terarah pada pencapaian tujuan bersama.
- 2) Dapat digunakan sebagai alat menilai kelebihan dan kekurangan pegawai.

- 3) Dapat memotivasi pegawai.
- 4) Menghindari pemborosan dan pembayaran yang kurang perlu.
- 5) Sumber daya, seperti tenaga kerja, peralatan dan dana dapat di manfaatkan seefisien mungkin.

Dengan penyusunan anggaran usaha-usaha perusahaan akan lebih banyak berhasil apabila ditunjang oleh kebijaksanaan-kebijaksanaan yang terarah dan dibantu oleh perencanaan-perencanaan yang matang. Perusahaan yang berkecenderungan memandang ke depan, akan selalu memikirkan apa yang mungkin dilakukannya pada masa yang akan datang, sehingga dalam pelaksanaannya perusahaan-perusahaan ini tinggal berpegangan pada semua rencana yang telah disusun sebelumnya.

d. Kelebihan dan Kelemahan Anggaran

1) Kelebihan Anggaran

Ada beberapa kelebihan dalam penyusunan anggaran yaitu : Hasil yang diharapkan dari suatu rencana tertentu dapat diproyeksikan sebelum rencana tersebut dilaksanakan, dalam menyusun anggaran , diperlukan analisis yang sangat teliti terhadap setiap tindakan yang dilakukan, anggaran merupakan penelitian untuk kerja sehingga dapat dijadikan patokan untuk menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh.

2) Kelemahan Anggaran

Selain memiliki fungsi dan kelebihan anggaran juga memiliki kelemahan yaitu : anggaran dibuat berdasarkan taksiran dan asumsi sehingga mengandung unsur ketidakpastian, menyusun anggaran yang cermat memerlukan waktu, uang dan tenaga yang tidak sedikit.

2. Pengawasan (*controlling*)

a. Pengertian Pengawasan

Pengawasan merupakan fungsi terakhir dari proses manajemen. Fungsi ini sangat penting dan sangat menentukan pelaksanaan proses manajemen, karena harus dilakukan dengan sebaikbaiknya. Pengawasan sangat berkaitan erat dengan fungsi perencanaan dalam proses manajemen dan keduanya merupakan hal yang saling mengisi karena, suatu pengawasan harus terlebih dahulu direncanakan, pengawasan baru dapat dilakukan jika ada rencana, kemudian pelaksanaan rencana akan berjalan baik apabila pengawasannya juga dilakukan dengan baik.

Menurut Widya dkk, (2016;235), salah satu pelaksanaan pengawasan yang baik bagi manajemen adalah membandingkan hasil pelaksanaan yang sesungguhnya dengan apa yang seharusnya terjadi.

Menurut Sarwoto (2010;94) Pengawasan adalah kegiatan manajer yang mengusahakan agar pekerjaan-pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan dan atau hasil yang dikehendaki.

b. Tujuan Pengawasan

Pada dasarnya pengawasan merupakan suatu proses untuk menerapkan pekerjaan/kinerja apa yang sudah dilaksanakan, mengukur dan menilainya kemudian bila perlu mengoreksi dengan maksud agar pelaksanaannya sesuai dengan tujuan atau rencana semula. Sehingga dari batasan tersebut tujuan pengawasan yang pokok yaitu mengenai usaha atau mengusahakan agar apa yang sudah direncanakan dapat menjadi kenyataan.

Menurut Jelita (2015) pokok tujuan pengawasan adalah :

1. Membandingkan antara pelaksanaan dengan rencana serta instruksi-instruksi yang telah dibuat.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya kesulitan-kesulitan, kelemahan-kelemahan atau kegagalan-kegagalan serta efisiensi dan efektivitas kerja.
3. Untuk mencari jalan keluar apabila ada kesulitan, kelemahan dan kegagalan atau dengan kata lain disebut tindakan koreksi.

Menurut Raharjo (2011) tujuan pengawasan yaitu :

1. Menjamin ketetapan pelaksanaan tugas sesuai dengan rencana tersebut, kebijaksanaan dan perintah.
2. Melaksanakan koordinasi kegiatan-kegiatan.
3. Mencegah pemborosan dan penyelewengan.
4. Menjamin terwujudnya kepuasan masyarakat atas barang dan jasa yang dihasilkan.
5. Membina kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinan organisasi (pemerintah).

c. Prinsip Pengawasan

Untuk mendapatkan suatu pengawasan yang efektif tentunya dibutuhkan prinsip-prinsip pengawasan untuk menunjangnya. Dalam pengawasan terdapat dua pokok prinsip yaitu adanya rencana tertentu dan adanya pemberian perintah serta wewenang-wewenang kepada anggota organisasi. Prinsip pokok yang pertama tersebut merupakan standar untuk dijadikan alat pengukur pekerjaan yang dilaksanakan oleh anggota organisasi. Rencana tersebut sebagai penunjuk apakah pekerjaan yang dilaksanakan sudah berhasil atau tidak. Sedangkan prinsip pokok yang kedua juga merupakan prinsip yang harus ada, untuk menjamin agar sistem pengawasan tersebut benar-benar dapat berjalan efektif.

Menurut Sukarna (2011;112). Menetapkan atas prinsip-prinsip pengawasan sebagai berikut :

1. Prinsip Tercapainya Tujuan (*Principle of assurance of objective*) Pengawasan harus ditunjukkan kearah tercapainya tujuan, yaitu dengan mengadakan perbaikan (koreksi) untuk menghindari penyimpangan-penyimpangan atau deviasi perencanaan.

2. Prinsip Efisiensi Pengawasan (*Principle of efficiency of control*) Pengawasan itu efisien bila dapat menghindari deviasi-deviasi dari perencanaan, sehingga tidak menimbulkan hal-hal yang diluar dugaan.
3. Prinsip Tanggung Jawab Pengawasan (*Principle of control responbility*) Pengawasan hanya dapat dilaksanakan apabila mananjer bertanggung jawab terhadap pelaksanaan rencana.
4. Prinsip Pengawasan Masa Depan (*Principle of future control*) Pengawasan yang efektif harus ditunjukkan kearah pencegahan penyimpangan perencanaan yang akan terjadi baik pada waktu sekarang maupun masa yang akan datang.
5. Prinsip Pengawasan Langsung (*Principle of direct control*) Tekhmik control yang efektif adalah dengan mengusahakan adanya manajer yang berkualitas baik. Pengawasan ini dilakukan oleh manajer atas dasar bahwa manusia itu sering berbuat salah.
6. Prinsip Refleksi Perencanaan (*Principle of reflection of plan*) Pengawasan harus disusun dengan baik, sehingga dapat mencerminkan karakter dan susunan perencanaan.
7. Prinsip Penyesuaian dengan Organisasi (*Principle of organizationa lsuitability*) Pengawasan harus dilakukan sesuai dengan struktur organisasi manajer dan bawahanya merupakan sarana untuk melaksanakan rencana. Dengan demikian pengawasan yang efektif harus disesuaikan dengan besarnya wewenang manajer, sehingga mencerminkan susunan organisasi.
8. Asas Wewenang Individual (*Principle of individuality of control*) Pengawasan harus sesuai dengan kebutuhan manajer Teknik control harus ditunjukkan terhadap kebutuhan-kebutuhan akan informasi setiap manajer. Ruang lingkup organisasi yang dibutuhkan ini beda satu sama lain, tergantung pada dan tingkat tugas manajer.
9. Prinsip Standar (*Principle of standar*) Kontrol yang efektif dan efisien memerlukan standar yang tepat, yang akan dipergunakan sebagai tolak ukur pelaksanaan dan tujuan yang tercapai.
10. Prinsip Pengawasan Terhadap Strategis (*Principle of strategic control*) Pengawasan yang efektif dan efisien memerlukan adanya perhatian yang ditunjukkan terhadap faktor-faktor yang strategis dalam perusahaan.
11. Prinsip Kekecualian (*The expection Principle*) Efisien dalam kontrol membutuhkan adanya perhatian yang dihadapkan terhadap faktor kekecualian. Kekecualian ini dapat terjadi kedalam keadaan tertentu ketika situasi berubah atau tidak sama.
12. Prinsip Pengawasan Fleksible (*Principle of flexibility of control*) Pengawasan harus luwes untuk menghindari kegagalan pelaksanaan rencana.
13. Prinsip Peninjauan Kembali (*Principle of review*) Sistem kontrol harus ditinjau berkali-kali agar sistem yang digunakan berguna untuk mencapai tujuan.
14. Prinsip Tindakan (*Principle of action*) Pengawasan dapat dilakukan apabila ada ukuran-ukuran untuk mengkoreksi penyimpangan-penyimpangan rencana, organisasi, *Staffing* dan *Directing*.

d. Proses Pengawasan

Proses pengawasan perlu diketahui agar pelaksanaan pengawasan berjalan dengan baik. Beberapa ahli berpendapat bahwa dalam proses pengawasan harus memiliki unsur-unsur atau syarat-syarat dalam pelaksanaannya.

Menurut Jelita (2015) menyebutkan tiga unsur pokok atau tahapan-tahapan yang selalu terdapat dalam proses pengawasan yaitu :

1. Ukuran-ukuran yang menyajikan bentuk-bentuk yang diminta. Standar ukuran ini bisa nyata, mungkin juga tidak nyata, umum ataupun khusus, tetapi selama seorang masih menganggap bahwa hasilnya adalah yang seperti diharapkan.
2. Perbandingan antara hasil yang nyata dari ukuran. Evaluasi ini harus dilaporkan kepada khalayak ramai yang dapat berbuat sesuatu akan hal ini.
3. Kegiatan mengadakan koreksi pengukuran-pengukuran laporan dalam suatu pengawasan tidak akan berarti tanpa adanya koreksi, jika dalam hal ini diketahui bahwa efektivitas umum tidak mengarah ke hasil-hasil yang diinginkan.

3. Pajak Reklame

a. Pengertian Pajak Reklame

Peraturan Walikota Medan No.38 Tahun 2014 Pajak Reklame yang selanjutnya disebut Pajak 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.

Penyelenggara reklame adalah setiap orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas nama dirinya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Penyelenggaraan reklame

adalah suatu kegiatan mengurus dan mengusahakan sesuatu untuk melakukan pemasangan, pemeliharaan, dan pembongkaran reklame.

Wayan dkk (2017;Vol.08). “Pajak reklame merupakan salah satu unsur dari pajak daerah, maka apabila penerimaan pajak reklame terus meningkat akan memberikan kontribusi yang lebih besar untuk penerimaan daerah khususnya dari sektor pajak daerah. Persentase perolehan dan laju pertumbuhan pajak reklame yang cukup tinggi memberikan indikasi betapa besarnya potensi yang ada sebenarnya”.

b. Objek dan Bukan Objek

1) Objek Pajak Reklame

Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 pasal 3 objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Objek pajak reklame meliputi : reklame papan/*billboard/videotron/megatron* dan sejenisnya, reklame kain, reklame melekat atau stiker, reklame selebaran, reklame berjalan termasuk pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/*slide* dan reklame peragaan.

2) Bukan Objek Pajak Reklame

Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 pasal 3 yang tidak termasuk objek pajak reklame adalah :

- a) Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta berita, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya
- b) *Label/merk* produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.

- c) Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut.
- d) Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.

c. Subjek Pajak

Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan reklame. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame, dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame. Setiap orang pribadi atau Badan yang akan menyelenggarakan reklame di Daerah wajib memperoleh izin tertulis atau pengesahan dari Walikota.

d. Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak

Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame dan tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25%. Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah kota Medan No.11 Tentang Pajak Reklame.

Tabel II-1
Daftar Lokasi Jalan yang Tidak Dibenarkan untuk Penyelenggaraan Reklame di Kota Medan

No	Nama Jalan	Keterangan
1	Jend.Sudirman	Md Jl. S. Parman s/d Jl. Imam Bonjol
2	Kapt.Maulana Lubis	Md Jl. S. Parman s/d Jl. Jembatan Sei Deli
3	Diponogoro	Md Jl. Jend.Sudirman s/d H.Arifin

4	Imam Bonjol	Md Jl. Kapt.Maulana Lubis s/d Jl. Ir.Juanda (kecuali di Persimpangan yang dibenarkan)
5	Walikota	Md Jl. Jend.Sudirman s/d Jl. Ir.Juanda
6	Pengadilan	Md Jl. Kejaksaan s/d Jl. Kapt.Maulana Lubis
7	Kejaksaan	Md Jl. Imam Bonjol s/d Jl. Teuku Umar
8	Suprpto	Md Jl. Walikota s/d Jl. Jend.Sudirman
10	Balai Kota	Md Jl. A.Yani s/d Jl. Bukit Barisan
11	P.Penang	Md Jl. Stasiun s/d Jl. Balai Kota
12	Bukit Barisan	Md Jl. Balai Kota s/d Jl. Stasiun
13	Stasiun	Md Jl. Bukit Barisan s/d Jl. P.Penang
14	Raden Saleh	Md Jl. Jembatan Sei Deli s/d Jl. Balai Kota

Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Teknis

Pelaksanaan Peraturan Daerah kota Medan No.11 Tentang Pajak Reklame. Nilai Sewa Reklame Jenis Reklame Kain, Reklame Melekat/Stiker, Reklame Selebaran, Reklame Berjalan Termasuk Pada Kendaraan, Reklame Udara, Reklame Apung, Reklame Suara, Reklame Film / Slide, Dan Reklame Peragaan, ditetapkan sebagai berikut :

Tabel II-2
Jenis Reklame dan Nilai Sewa

Jenis Reklame	Nilai Sewa
Reklame Melekat/Stiker	Rp.600/cm ² sekurang-kurangnya Rp.3.250.000,- setiap penyelenggaraan
Reklame Selebaran	Rp.600/cm ² sekurang-kurangnya Rp.3.250.000,- setiap penyelenggaraan
Reklame Berjalan termasuk pada Kendaraan	Rp.5000/m ² /hari
Reklame Udara	Rp.2.600.000 sekali peragaan paling lama satu bulan
Reklame Suara	Rp.1.300/15 detik, bagian-bagian yang kurang dari 15 detik dihitung menjadi 15 detik
Reklame Film/Slide	Rp.6.500/15 detikdengan suara, Rp.2.000/15 detik tanpa suara. Bagian-bagian yang kurang dari 15 detik dihitung menjadi 15 detik
Reklame Peragaan	Rp.15.600/hari, dan sekurang-kurangnya Rp.240.000
Reklame Apung	Rp.2.600.000 sekali peragaan paling lama satu bulan

Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah kota Medan N0.11 Tentang Pajak Reklame Pembobotan Kelas Jalan.

Tabel II-3
Jenis Reklame *Billboard/Baliho/Bando/Videotron/Megatron* dan *Mini Billboard* Sejenisnya

No	Jenis Reklame	Ukuran Luas Reklame	Jangka Waktu Pemasangan	Sisi		Nilai Strategis		
				1	2	Kelas Jalan 1	Kelas Jalan 2	Kelas Jalan 3
1	Billboard / Baliho/ Bando/ Videotron/ Megatron	1 m ²	1 hari	Rp. 1.425	Rp. 1.480	Rp. 215.000.000	Rp. 185.000.000	Rp. 155.000.000
2	Mini Billboard	1 m ²	1 hari	Rp. 3.975	Rp. 4.975	Rp. 37.000.000	Rp. 31.000.000	Rp. 25.000.000

Tabel II-4
Reklame Kain berupa Umbul-umbul, Spanduk dan Banner, Reklame Menempel/Rombong/Reklame Berjalan serta Reklame Neon Box

No	Jenis Reklame	Ukuran Luas Reklame	Jangka Waktu Pemasangan	Harga Satuan
1	Kain berupa Umbul-umbul, Spanduk, dan Banner	1 m ²	1 hari	Rp. 9.600
2	Reklame Menempel/Rombong/Reklame Berjalan	1 m ²	1 hari	Rp. 6.000
3	Reklame Neon Box	1 m ²	1 hari	Rp. 1.440

Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah kota Medan N0.11 Tentang Pajak Reklame. Nilai strategis dengan sudut pandang lebih dari satu.

Untuk Jenis Reklame *Billboard/Baliho/Bando/Videotron/Megatron* yang dikenakan nilai strategis dengan sudut pandang lebih dari satu yang dikenakan pertambahan pajak sebesar :

- 1) Dua sudut pandang dikenakan pajak Rp. 2.000.000
- 2) Tiga sudut pandang dikenakan pajak Rp. 3.000.000
- 3) Empat sudut pandang dikenakan pajak Rp. 4.000.000
- 4) Diatas empat sudut pandang akan dikenakan pajak Rp. 7.000.000

Untuk jenis reklame *Mini Billboard* yang dikenakan nilai strategis dengan sudut pandang lebih dari satu dikenakan pertambahan pajak sebesar :

- 1) Dua sudut pandang dikenakan pajak Rp. 500.000
- 2) Tiga sudut pandang dikenakan pajak Rp. 1.000.000
- 3) Empat sudut pandang dikenakan pajak Rp. 1.500.000
- 4) Diatas empat sudut pandang akan dikenakan pajak Rp. 2.000.000

e. Tata Cara Pemungutan, Pembayaran, Penagihan

Pemunugatan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak, penentuan besarnya pajak yang terhutang sampai kegiatan penagihan pajak kepada wajib pajak serta pengawasan penyetoran.

Dasar hukum pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah adalah undang-undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 Pasal 12 :

- 1) Pemungutan Pajak Daerah dilarang diborongkan.

- 2) Wajib Pajak yang memenuhi kewajiban perpajakan berdasarkan penetapan Walikota dibayar dengan menggunakan SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan.

Surat Setoran Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat SSPD adalah bukti pembayaran atau penyetoran pajak yang telah dilakukan dengan menggunakan formulir atau telah dilakukan dengan cara lain ke kas daerah melalui tempat pembayaran yang diunjuk oleh Walikota. Surat Tagihan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat STPD adalah surat untuk melakukan tagihan pajak dan/atau sanksi administratif berupa bunga dan/atau denda.

Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 Pasal 15 Jatuh tempo pembayaran dan penyetoran pajak terutang ditetapkan sebagai berikut :

- 1) reklame Tetap Terbatas ditetapkan 7 (tujuh) hari kerja.
- 2) reklame Tetap Permanen ditetapkan 5 (lima) hari kerja.
- 3) reklame Insidentil ditetapkan 1 (satu) hari kerja.

Peraturan 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.

Menurut Mardiasmo (2011;2). “Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat yaitu : pemungutan pajak harus adil, pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang, tidak mengganggu perekonomian, pemungutan pajak harus efisien, sistem pemungutan pajak harus sederhana.”

f. Masa Pajak Reklame

Masa pajak reklame adalah jangka waktu satu bulan kalender. Satuan masa Pajak Reklame ditetapkan sebagai berikut :

- 1) Pajak Reklame Permanen dan Reklame Terbatas ditetapkan 1 (satu) tahun
- 2) Pajak Reklame Insidental ditetapkan sebagai berikut:
 - a) Jenis baliho dengan jangka waktu paling singkat 7 (tujuh) hari dari paling lama 30 (tigapuluh) hari.
 - b) Jenis umbul-umbul, spanduk, banner dan sejenisnya dengan jngka waktu paling singkat 1 (satu) hari dan paling lama 30 (tiga puluh) hari.
 - c) Jenis peragaan dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari dan paling lama 30 (tiga puluh) hari.
 - d) jenis selebaran, melekat sesuai dengan ijin penyelenggaraan.
 - e) Jenis film/slide, udara, suara dan apung dengan jangka waktu paling singkat 30 (tigapuluh) hari.

g. Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak

Dalam penerimaan pajak reklame biasanya ada faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame seperti adanya Wajib Pajak reklame yang kurang peduli untuk membayar pajak dari reklame yang didirikannya, dengan demikian hal ini akan menjadi salah satu faktor yang menghambat peningkatan penerimaan pajak reklame. Adapun hal lain seperti banyaknya Wajib Pajak reklame yang tidak mengetahui bahwa pentingnya membayar pajak, selain itu Wajib pajak reklame tidak mengetahui apa tujuan dan manfaat dilakukannya pemungutan pajak reklame. dan juga yang menjadi faktor yang mempengaruhi

penerimaan pajak reklame adalah perlunya dilakukan pemeriksaan terhadap pajak reklame, hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Menurut Mardiasmo (2011;8), hambatan pemungutan pajak dapat dikelompokkan menjadi :

- 1) Perlawanan Pasif yaitu masyarakat enggan membayar pajak disebabkan karena perkembangan intelektual dan moral masyarakat, sistem perpajakan yang mungkin sulit dipahami masyarakat, sistem kontrol tidak dapat dilakukan atau dilaksanakan dengan baik.
- 2) Perlawanan Aktif yaitu semua usaha dan perbuatan yang secara langsung ditunjukkan kepada fiskus dengan tujuan menghindari pajak dalam bentuk *tax avoidance* (usaha meringankan beban pajak dengan cara tidak melanggar undang-undang), *tax evasion* (usaha meringankan beban pajak dengan cara melanggar undang-undang).

h. Upaya untuk Meningkatkan Penerimaan Pajak

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penerimaan pajak yaitu merencanakan penataan pemasangan penyelenggaraan reklame, dengan adanya perencanaan tersebut maka akan memudahkan untuk melakukan pendanaan terhadap penyelenggaraan reklame. Perlunya pembinaan yang dilakukan petugas terhadap Wajib Pajak reklame, selanjutnya perlu meningkatkan keterampilan dari petugas yaitu dari bidang pendataan, penagihan maupun petugas yang berhubungan langsung dengan pajak reklame, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan petugas, melalui adanya penataan atau pelatihan dapat membantu petugas.

Guna untuk mengejar target pajak daerah, Pemerintah Daerah terus memberikan sosialisai penyuluhan perpajakan ke seluruh Wajib Pajak. Termasuk untuk membayar piutang-piutang pajak daerah yang menjadi kewajiban Wajib Pajak. Memberikan penghargaan kepada seluruh Wajib Pajak yang telah membayar tepat waktu kewajiban perpajakan.

B. Penelitian Terlebih Dahulu

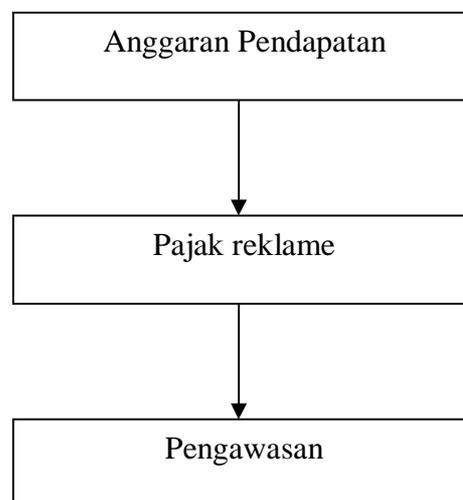
Tabel II-5
Penelitian Terdahulu

Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Siti Rahmah (2016)	Analisi Anggaran Pajak Daerah sebagai Alat Pengawasan pada Dinas Pendapatan Propinsi Sumatera Utara	Pengawasan pendapatan melalui anggaran secara keseluruhan masih dikatakan kurang baik dan kurang efektif terutama pada tahun 2014 sampai dengan 2016 dikarenakan masih banyak terdapat selisih yang tidak diharapkan setiap tahunnya.
Wahyu Dhanang Nugraha (2015)	Pengawasan Reklame dalam Upaya Memaksimalkan Fungsi Ruang Publik di Kota Yogyakarta	Pengawasan reklame oleh DPDPK dan Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta yang dilaksanakan terhadap pemasangan reklame, biro penyelenggara reklame, dan pelaku usaha penyelenggara reklame sudah sesuai dengan ketentuan.
Jelita Amalia (2015)	Pengawasan Penyelenggaraan Pajak Reklame di Kota Serang	Terbatasnya sumber daya manusia, jadwal pelaksanaan pengawasan yang tidak sesuai SOP, sarana dan pra sarana yang belum memadai.

C. Kerangka Berfikir

Anggaran merupakan salah satu alat yang sering digunakan sebagai alat pengawasan, karena jika anggaran yang disusun baik, maka akan mempermudah penilaian tingkat efisiensi setiap pekerjaan. Pengawasan berdasarkan anggaran dilakukan dengan membandingkan anggaran dengan realisasinya dan dari perbandingan tersebut dapat diketahui sebab-sebab terjadinya selisih antara anggaran dengan realisasi.

Pengawasan adalah suatu proses penilaian mengenai tingkat kemajuan pencapaian pelaksanaan pajak reklame yang terealisasi dan yang dianggarkan. Proses selanjutnya dalam pengawasan melalui anggaran pendapatan pajak daerah, evaluasi adanya selisih antara anggaran pendapatan dengan realisasi pendapatannya.



Gambar C.2 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, dan menganalisis data dengan melakukan perbandingan antara teori-teori dengan data objektif yang terjadi sehingga memberikan gambaran yang lengkap tentang permasalahan penelitian.

Menurut Sekaran (2010:159), “Studi Deskriptif merupakan studi yang bertujuan untuk memberikan kepada peneliti sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri atau lainnya”.

B. Defenisi Operasional Variabel

Tujuan utama pemberian defenisi operasional adalah suatu defenisi yang diberikan pada suatu variable dengan cara menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu defenisi operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Dalam penelitian ini defenisi operasional variabel yaitu fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame. Adapun defenisi operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Anggaran adalah suatu rencana keuangan periodik yang disusun berdasarkan program yang telah disahkan untuk jangka waktu (periode) tertentu di masa yang akan datang.

Pengawasan adalah kegiatan manajer yang mengusahakan agar pekerjaan-pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan dan atau hasil yang dikehendaki, fungsi ini sangat penting dan sangat menentukan pelaksanaan proses manajemen.

Pajak reklame yang selanjutnya disebut Pajak 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.

Tabel III-1
Kisi-Kisi Instrumen Wawancara

Instrumen	Nomor Butir	Total
Fungsi anggaran pada BPPRD Kota Medan	1,2,3,4	4
Pengawasan Pajak Reklame	5,6,7	3

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat : Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

Alamat : Jalan. Jend. Besar Abdul Haris Nasution No. 32 Medan

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan November 2017 sampai dengan april 2018, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel III-2
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Nov			Des				Jan				Feb				Maret				April			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Prariset	■	■	■																				
2	Pengajuan Judul				■	■	■	■																
3	Penyusunan dan Bimbingan proposal								■	■	■	■	■	■	■	■								
4	ACC proposal															■								
5	Seminar															■								
6	Bimbingan Skripsi																■	■	■	■				
7	ACC Skripsi																						■	
8	Sidang Meja Hijau																						■	■

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yang penulis kumpulkan untuk mendukung variabel yang diteliti sehingga data dapat berupa angka-angka dalam laporan realisasi anggaran pajak reklame.

2. Sumber Data

a. Data Primer

yaitu data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu ataupun perorangan seperti hasil wawancara. Penulis memperoleh data dan dikumpulkan dengan cara melakukan penelitian langsung pada Badan

Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dengan melakukan teknik wawancara mengenai proses penyusunan anggaran serta laporan realisasi anggaran guna mendapatkan data yang diperlukan yang berkaitan dengan masalah penelitian untuk diolah lebih lanjut.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen yang sudah diolah oleh pihak ketiga.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara

yaitu data yang diperoleh melalui tatap muka langsung kepada objek peneliti dengan melakukan tanya jawab langsung dengan pihak yang berkompeten diorganisasi.

b. Dokumentasi

yaitu dilakukan dengan memperoleh data-data yang bersifat teoritis yang mencakup buku-buku, bahan kuliah, dan artikel yang mendukung bahan-bahan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang penulis gunakan adalah metode deskriptif, yaitu suatu kegiatan untuk menyusun, mengklasifikasikan serta menginterpretasikan data sehingga memberikan suatu gambaran tentang masalah

yang dihadapi atau diteliti dalam ini tentang fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Tahapan-tahapan yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif sebagai berikut:

- a. Mengetahui dan melihat peranan pengawasan pajak reklame berdasarkan anggaran.
- b. Menganalisis target pajak reklame dan realisasi yang capai oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah pada tahun 2013 sampai 2016 dengan menganalisa sistem pengawasan yang digunakan.
- c. Mencari teori pendukung untuk memperkuat hasil fenome yang didapatkan.
- d. Mengetahui masalah yang dihadapi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah serta melakukan upaya untuk mengatasinya.
- e. Dari hasil analisis maka dapat ditarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

a. Proses Pengajuan Anggaran Oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

Sebelum menentukan target anggaran untuk pajak reklame pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melakukan analisis mengenai potensi penerimaan pajak reklame tahun berikutnya setelah mendapatkan hasil pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melakukan Pertemuan dengan pihak Pemerintah Kota Medan. Pemerintah Kota Medan akan menyusun anggaran target pajak reklame dengan melihat pertumbuhan dan perkembangan pajak reklame di Kota Medan serta melihat anggaran dan pendapatan penerimaan pajak reklame tahun lalu, kemudian target anggaran pajak reklame akan disetujui oleh DPRD.

b. Laporan Perbandingan Realisasi dan Anggaran Pajak Reklame

Berdasarkan hasil penelitian berikut ini merupakan hasil perbandingan antara target dan realisasi pendapatan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tahun 2013 sampai dengan 2016.

Tabel IV-1

**Anggaran dan Realisasi Pendapatan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola
Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan Tahun 2013-2016**

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Selisih (Rp)	%	Efektifitas
2013	69.161.250.000	18.842.861.671	50.318.388.329	27,24	Tidak Efektif
2014	59.161.250.000	9.620.486.121	49.540.763.879	16,26	Tidak Efektif
2015	78.352.375.000	12.834.133.038	65.518.241.962	16,38	Tidak Efektif
2016	89.852.375.000	17.508.256.230	72.344.118.770	19,49	Tidak Efektif

Sumber : Data BPPRD Kota Medan

Dari tabel diatas maka dapat diketahui realisasi pajak reklame pada tahun 2013 Rp. 18.842.861.671 dengan presentase 27,24% dari target yang telah ditentukan sebesar Rp. 69.161.250.000, ditahun 2014 target pajak reklame diturunkan menjadi Rp. 59.161.250.000 hal ini disebabkan potensi pajak reklame dilapangan namun yang terealisasi hanya Rp. 9.620.486.121 dengan presentase 16,26%, ditahun 2015 target pajak reklame dinaikan dari tahun sebelumnya menjadi Rp. 78.352.375.000 namun yang terealisasi hanya Rp. 12.834.133.038 dengan presentase 16,38%, tahun 2016 realisasi untuk pajak reklame Rp. 17.508.256.230 dengan presentase 19,49% dari target yang telah ditetapkan sebesar Rp. 89.852.375.000.

Berdasarkan tabel data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan pendapatan pajak reklame dari tahun 2013 sampai dengan 2016 tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pemungutan pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi daerah Kota Medan Belum efektif diikuti dengan Pengawasan yang

belum efektif sehingga banyak terjadi pelanggaran penyelenggaraan pajak reklame yang mengakibatkan target yang telah ditetapkan tidak tercapai optimal.

Untuk mengetahui efektifitas penerimaan pajak reklame dapat dilakukan dengan cara menghitung perbandingan antara target dan realisasi.

Tabel IV-2

Interprestasi Nilai Efektifitas

Presentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
90-100%	Efektif
80-90%	Cukup Efektif
60-80%	Kurang Efektif
<60	Tidak Efektif

Sumber: Depdagri, kepmendagri No.690.900.327 (Adelina,2012)

Berikut ini adalah hasil penelitian jumlah keseluruhan pajak reklame yang melapor pada tahun 2013 sampai dengan 2016 pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Tabel VI-3

Jumlah Pajak Reklame Tahun 2013 s/d 2016 pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

Tahun	Jumlah
2013	4.388
2014	3.052
2015	3.582
2016	5.265

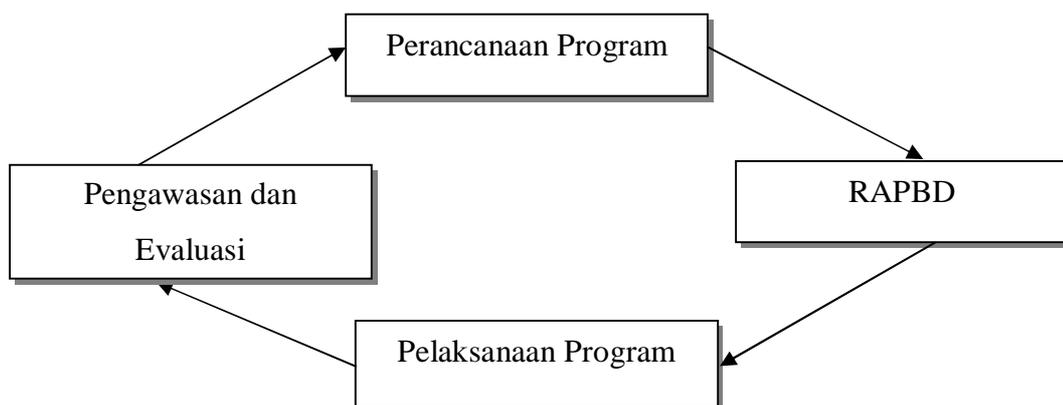
Sumber : BPPRD Kota Medan

Berdasarkan tabel data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan jumlah pajak reklame yang melapor setiap tahunnya mengalami peningkatan khususnya ditahun 2016 yang naik signifikan, dari jumlah potensi dilapangan inilah Pemerintah Kota menetapkan target

anggaran pajak reklame setiap tahunnya, tetapi jika dilihat dari realisasinya setiap tahunnya mengalami naik turun dalam penerimaan pajaknya. Hal ini terjadi karena banyaknya wajib pajak reklame yang tidak membayar pajaknya selain itu dilihat bahwa anggaran belum ditetapkan secara optimal sebagai alat pengawasan padan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

c. Anggaran Sebagai Alat Pengawan Pajak Reklame

Pengawasan merupakan suatu kegiatan yang mempunyai tujuan straregi, kebijakan, program kerja, dan anggaran dilaksanakan sesuai dengan yang telah ditentukan. Salah satu kegiatan pengawasan adalah mengukur kinerja dengan program kerja dengan anggaran yang menimbulkan selisih, menganalisis selisih dan menentukan penyebab terjadinya selisih dan langsung tindakan perbaikan. Berikut adalah standar sistem pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi daerah Kota Medan.



Gambar C.4 Standar sistem pengawasan

Perencana program kepala Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan menetapkan tahun ini sebagai tahun patuh pajak hal ini dilakukan

agar target yang ditetapkan tercapai seoptimal mungkin sebagaimana yang telah ditetapkan dalam APBD, setelah perencanaan program tersusun selanjutnya menentukan Rancangan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (RAPBD). Pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melakukan analisis mengenai potensi pajak reklame dilapangan kemudian Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melakukan pertemuan dengan Pemerintah Kota Medan, yang selanjutnya Pemerintah Kota Medan menyusun anggaran berdasarkan pertumbuhan dan perkembangan pajak reklame di Kota Medan serta melihat anggaran dan pendapatan penerimaan pajak reklame tahun lalu, kemudian target anggaran pajak reklame akan disetujui oleh DPRD.

Pelaksanaan program yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan untuk mencapai target seoptimal mungkin dengan cara memberikan sosialisasi penyuluhan kepada wajib pajak untuk melaporkan pajaknya, dalam pelaksanaan program pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan berpedoman dengan Peraturan Walikota Medan No.17 Tahun 2014 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan No.11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.

Dalam pengawasan penerimaan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yaitu pengawasan dilakukan dengan membentuk tim fasilitasi dan koordinasi pajak reklame guna melakukan pengecekan kelengkapan dengan membawa Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) yang diserahkan kepada Wajib pajak, kemudian petugas melakukan pengecekan pajak reklame berdasarkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD), setelah itu dilakukan perbandingan antara SKPD dengan hasil cek

lapangan lalu Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan menyusun Berita Acara Pajak (BAP) sesuai dengan hasil cek lapangan, kurangnya pengawasan pelaksanaan kegiatan penjagaan terhadap wajib pajak reklame yang potensinya dianggap tidak sesuai dengan pembayaran pajak mengakibatkan target yang telah ditetapkan tidak tercapai.

B. Pembahasan

1. Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

Fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame yang dilaksanakan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan belum sepenuhnya efektif karena dari analisis yang penulis lakukan sesuai dengan data laporan keuangan anggaran pendapatan pajak reklame dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 diatas banyak menunjukkan selisih kurang yaitu selisih yang tidak diharapkan. Pada tahun 2013 presentase yang didapatkan sebesar 27,24%, tahun 2014 presentase sebesar 16,26%, tahun 2015 presentase sebesar 16,38%, tahun 2016 presentase sebesar 19,49%.

Anggaran penerimaan pajak reklame dapat dijadikan sebagai alat pengawasan untuk mencapai tujuan yang diharapkan, disamping sebagai alat pengawasan, anggaran juga dijadikan sebagai pedoman kerja dan alat koordinasi bagi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, penyusunan anggaran pajak reklame selalu berpedoman pada anggaran tahun sebelumnya dan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan selalu melakukan pengawasan pada setiap pelaksanaannya dan selalu melakukan tindakan

perbaiki jika ditemukan selisih-selisih yang tidak diharapkan (*Unfavourable variance*). Tetapi hal ini berbanding terbalik dengan apa yang terjadi dengan anggaran dan realisasinya yang masih terdapat selisih-selisih yang tidak diharapkan..

Pada wawancara yang penulis lakukan pada salah satu pegawai bagian penagihan yang menyatakan bahwa dalam pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengelolah Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yaitu pengawasan dilakukan dengan membentuk tim fasilitasi dan koordinasi pajak reklame yang guna melakukan pengecekan kelengkapan dengan membawa Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) yang diberikan kepada wajib pajak reklame.

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

Menurut Julita dkk (2014;17) “kegunaan penganggaran dalam pengawasan :

- a. Mengendalikan operasi dan biaya serta pengeluaran.
- b. Mencegah terjadinya pemborosan.
- c. Memberikan standar yang memadai untuk mengukur prestasi.

- d. Anggaran merupakan alat pembanding seberapa jauh pelaksanaan rencana tercapai.
- e. Mendorong kesadaran pengendalian biaya.

2. Proses Pengawasan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

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

- a. Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melalui 7 UPT melakukan pengawasan terhadap potensi pajak dilapangan.
- b. Pemeriksaan lapangan selama sebulan sekali secara langsung pada wajib pajak. Dilakukan apabila data dari wajib pajak tidak sesuai dengan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD).

Adapun pengawasan penerimaan pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yaitu pengawasan dilakukan dengan membentuk tim fasilitasi dan koordinasi pajak reklame gunanya untuk melakukan pengecekan kelapangan dengan cara :

- a. Melakukan pengawasan terhadap wajib pajak reklame.
- b. Melakukan penindakan terhadap wajib pajak reklame yang melakukan pelanggaran.
- c. Melakukan pembongkaran terhadap objek pajak reklame yang melakukan pelanggaran.

- d. 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 dan Retribusi Daerah Kota Medan sebagai berikut :

- a. Menentukan target penerimaan pajak reklame yaitu menetapkan besaran dari target pajak reklame untuk tahun berikutnya berdasarkan penerimaan pajak reklame tahun lalu dan dengan memperhitungkan perkembangan atau pembangunan yang ada di Kota Medan. Untuk besaran target pajak ditetapkan oleh DPRD Kota Medan.
- b. Penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan pemeriksaan (intensifikasi dan ekstensifikasi) pemungutan pajak reklame. melakukan kegiatan pemeriksaan setiap sebulan sekali terhadap wajib pajak.
- c. Pengukuran pelaksanaan kegiatan penjagaan terhadap wajib pajak dengan terjun langsung ke lapangan dengan memberikan Surat Pemberitahuan Pajak daerah (SPTPD) yang diserahkan kepada wajib pajak. Melaksanakan kegiatan *mapping* terhadap seluruh wajib pajak reklame yang potensinya dianggap tidak sesuai dengan pembayaran pajaknya.
- d. Membandingkan kegiatan penjagaan dan pemeriksaan berdasarkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SSPD) yang selanjutnya pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan membuat Berita Acara Pajak (BAP). Kemudian menganalisis penyimpangan yang terjadi yang menyebabkan target pajak reklame tidak mencapai target yang telah ditetapkan.

Menurut Julita dkk (2014; 4) “ proses pengawasan yang dilakukan yaitu penyusunan tujuan, penetapan standar, pengukuran hasil kerja, perbandingan standar dan fakta, analisa varians, dan tindakan koreksi.”

3. Faktor Penyebab Terjadinya Selisih antara Target dan Realisasi Pajak Reklame

Pendapatan pajak reklame pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 terdapat selisih yang tidak diharapkan (*Unfavourable variance*). Selisih yang tidak diharapkan tersebut dikarenakan adanya realisasi dari pendapatan pajak reklame yang tidak mencapai target. Adapun penyebab tidak tercapainya target dari pendapatan pajak reklame yaitu:

- a. Kurang Optimalnya Petugas Pajak dalam Menghimbau Wajib Pajak
Dikarenakan kurang optimalnya petugas pajak dalam menghimbau wajib pajak serta kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tentang pajak reklame, dapat terlihat belum tercapainya penerimaan pajak reklame.
- b. Banyaknya Wajib Pajak yang Tidak Melapor
Karena kurang optimalnya petugas dalam menghimbau dan mensosialisasikan tentang pajak reklame, banyak wajib pajak yang tidak melaporkan dan menyetorkan sesuai dengan yang dikutip dari subjek pajak akibat dari keterbatasan pengetahuan terkait pajak reklame.
- c. Pelanggaran Penyelenggaraan Pajak Reklame

Masih banyak wajib pajak reklame yang tidak melakukan pembongkaran atas objek pajak reklamenya yang sudah berakhir masa berlakunya dan tidak melakukan perpanjangan, selain itu banyak ditemukan pemasangan objek reklame liar tanpa izin.

d. Tarif Pajak

Faktor ekonomi wajib pajak yang menjadi kendala dalam pemungutan, karena tarif yang diberikan terlalu besar nominalnya sehingga membuat wajib pajak enggan untuk membayar pajaknya.

e. Kurang Kedisiplinan Wajib Pajak

Masih ada wajib pajak yang tidak menyampaikan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) tidak tepat waktu, dan juga ada wajib pajak yang melaksanakan pembayaran tidak sesuai dengan nilai yang tercantum dalam Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD).

4. Kendala dalam Penerimaan Pajak Reklame

Pada penerimaan pajak reklame terdapat hambatan yang menjadi kendala dalam penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yaitu sebagai berikut :

- a. Rendahnya kesadaran wajib pajak untuk melaporkan serta memperpanjang izin dari reklame yang telah didirikan mengakibatkan pajak tidak bisa dipungut sehingga petugas memutuskan untuk membongkar reklame yang didirikan oleh wajib pajak.
- b. Rendahnya pengetahuan wajib pajak reklame tentang dasar hukum pajak reklame, Undang-undang ataupun peraturan pemerintah yang

mengatur tentang pajak reklame, hal ini juga berasal dari kurang aktifnya petugas.

- c. Kurang profesionalnya petugas dengan tidak menyetorkan pajak ke kas daerah yang telah dibayar wajib pajak reklame.

Menurut Pancawati (2011;vol.3) Pemungutan pajak bukan pekerjaan yang mudah disamping peran aktif dari petugas perpajakan, juga dituntut kesadaran dari wajib pajak itu sendiri. Penyebab kurangnya kemauan membayar pajak antara lain yaitu bahwa hasil pemungutan pajak tersebut tidak secara langsung dapat dinikmati oleh para wajib pajak.

5. Upaya dalam Mengatasi Penerimaan Pajak Reklame

Adapun upaya-upaya yang dapat dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan untuk mengatasi penerimaan pajak reklame yaitu :

- a. Merencanakan penataan pemasangan penyelenggaraan reklame, dengan adanya perencanaan tersebut maka akan memudahkan untuk melakukan pendanaan terhadap penyelenggaraan reklame.
- b. Perlunya pembinaan yang dilakukan petugas terhadap wajib pajak reklame.
- c. Perlunya meningkatkan keterampilan dari petugas yaitu pada bidang pendataan, penagihan maupun petugas yang berhubungan langsung dengan pajak reklame, yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan petugas.

- d. Perlunya mengetahui secara keseluruhan mengenai informasi tentang pemasangan pajak reklame dan juga diperlukan adanya sanksi bagi petugas yang kurang profesional.

Menurut Pancawati (2011;vol.3) upaya penyuluhan disisi lain ancaman, hukuman, maupun sanksi dalam Undang-Undang cukup jelas bagi wajib pajak, yang seharusnya bisa membangun kesadaran wajib pajak dalam membayar pajaknya.

6. Kendala dalam Pengawasan Pajak Reklame

Adapun kendala yang dihadapi oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dalam pengawasan adalah sebagai berikut :

- a. Dalam pembayaran pajak reklame terdapat ketidaksesuaian dalam melaporkan kegiatan usahanya 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.

7. Upaya dalam Meningkatkan Pengawasan Pajak Reklame

Adapun upaya yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak dan retribusi daerah Kota Medan dalam meningkatkan pengawasan pajak reklame adalah sebagai berikut :

- a. Badan Pengelola Pajak dan Retribusi daerah Kota Medan melalui tujuh Unit Pelaksana Teknis (UPT) akan meningkatkan pengawasan terhadap wajib pajak yang beroperasi di daerah Kota Medan.
- b. Menjalin hubungan baik dengan wajib pajak serta memberikan pelayanan prima. Melalui pendekatan ini diharapkan wajib pajak mendapatkan perlindungan, fasilitas dan kenyamanan dari pihak Badan pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sehingga terjadi kerja sama yang baik untuk kedua pihak.
- c. 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.
- d. Melakukan kerja sama dengan pihak ketiga yaitu polisi, pamong praja, kejaksaan, pariwisata untuk melancarkan kegiatan pengawasan yang dilakukan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
- e. Melakukan penagihan langsung yaitu dengan mendatangi langsung wajib pajak khusus bagi wajib pajak yang memiliki tunggakan pajak atas usahanya, dan juga membebaskan denda atau sanksi administrasi atas tunggakan tersebut.

Menurut Sofyatul (2017;vol.11) pengawasan dilakukan untuk mencegah terjadinya penyimpangan atau kesalahan dengan melakukan pengawasan secara rutin disertai adanya ketegasan dalam pengawasan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat menarik kesimpulan mengenai fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sebagai berikut :

1. Anggaran sebagai alat pengawasan pada organisasi selama ini sudah dijalankan. Hal ini dapat dilihat dalam pembuatan suatu anggaran yang akan datang organisasi melihat kembali anggaran tahun yang lalu, tetapi dilihat dari anggaran sebagai alat pengawasan belum sepenuhnya berjalan secara efektif terutama pada tahun 2013 dan 2016. Hal ini dapat dilihat dalam pencapaian pendapatannya masih terjadi selisih yang bersifat tidak diharapkan bagi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
2. Pelaksanaan pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan belum efektif. Hal ini terlihat dengan tidak tercapainya pendapatan pajak yang terealisasi dengan target yang sudah ditentukan oleh Pemerintah Kota Medan.
3. Terdapat kendala dalam pemungutan dan kendala dalam pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Kota Medan sehingga diperlukan upaya untuk mengatasinya agar target yang telah ditetapkan terealisasi secara optimal.

B. Saran

Dalam upaya meningkatkan penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan penulis menyarankan :

1. Dalam penyusunan anggaran pajak daerah pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan harus lebih ditingkatkan baik dari perencanaan/penyusunan, pengawasan dan operasional organisasi agar organisasi dapat memperoleh pendapatan yang maksimal sehingga anggaran dapat berfungsi sebagai alat pengawasan secara efektif.
2. Dalam pengawasan terhadap pendapatan organisasi perlu lebih ditingkatkan kerja sama antar bagian pendapatan pajak daerah agar pencapaian target yang direncanakan dapat berjalan dengan baik dan maksimal.
3. Seharusnya Pemerintah seharusnya bergerak lebih cepat pada penilaian agar potensi lebih tergali dan petugas pemungutan pajak lebih baik langsung terjun kelapangan untuk melakukan penilaian maka kemungkinan potensi dapat tergali dengan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andre P. Tulangow dan Tressje Runtu (2016). “Analisis Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pemerintah Kabupaten Minahasa”. *Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol. 4 No. 3 September 2016.
- Catur Sasongko dan Safrida Rumondang (2011). *Anggaran*. Jakarta : Salemba Empat
- Darsono dan Ari Purwanti (2010). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Fadjar Harimurti (2016). “Penyusunan Anggaran Perusahaan sebagai Alat Manajemen dalam Pencapaian Tujuan”. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta*. Vol.6 No.1 2016
- Jelita Amalia (2015). “*Pengawasan Penyelenggaraan Pajak Reklame Di Kota Serang.*” Skripsi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Julita dkk (2014). *Penganggaran Perusahaan*. Bandung : Cipta Pustaka Media.
- Mardiasmo (2011). *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Pancawati Hardiningsih (2011). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak”. *Dinamika Keuangan dan Perbankan, Program studi Akuntansi, Universitas Stikubank*. Vol.3 No.1 November 2011.
- Peraturan Walikota Medan Nomor 17 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame.
- Peraturan Pemerintah No.58 Tahun 2005 Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah
- Peraturan Walikota Medan Nomor 38 Tahun 2014 Tentang Pentaan Reklame.
- Prasetyantoko dkk (2012) *Pembangunan Inklusif prospek dan Tantangan Indonesia*. Jakarta : LP3ES.
- Raharjo Adisasmita (2011). *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sabil (2017). “Peranan Penerimaan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Cabang Dinas Pendapatan Provinsi Wilayah Kabupaten Bogor”. *Jurnal Moneter, Program Studi Manajemen Perpajakan, Akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta*. Vol. IV, No. 1 April 2017
- Sarwoto (2010). *Dasar-Dasar Organisasi Manajemen*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

- Sukarna (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung : CV Mandar Maju.
- Sofyatul (2017). “Kajian Rencana Anggaran Terhadap Realisasi”. Jurnal ilmiah Akuntansi Bisnis & Keuangan, STIE-IBEK Bangka Belitung Pangkal Pinang, Indonesia. Vol.11, No.2 November 2017
- Uma Sekaran (2010). *Metodologi Penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Selemba Empat.
- Undang-Undang REPUBLIK INDONESIA Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Wayan Benny,dkk (2017). “Analisi Efektifitas Penerimaan dan Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame serta Kontribusinya terhadap PAD Kab. Gianyar Tahun 2014-2016”. Jurnal Akuntansi, Universitas Pendidikan Ghanesha Singara, Indonesia. Vol. 08 No. 2 Tahun 2017.
- Widia Astuti, Azwansyah, dkk (2016). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Perdana Publishing.



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

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



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jum'at, tanggal 23 Maret 2018, Pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : TIKA DEWI
N P M : 1405170365
Program Studi : AKUNTANSI
Judul Skripsi : ANALISIS FUNGSI ANGGARAN SEBAGAI ALAT PENGAWASAN PAJAK REKLAME PADA BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH KOTA MEDAN

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

TIM PENGUJI

Penguji I

Dra. IJAH MULYANI SHOTANG, M.Si

Penguji II

LUFRIANSYAH, S.E., M.Ak

Pembimbing

Hj. DARRANI, S.E., M.Si

PANITIA UJIAN

Ketua

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

Sekretaris

ADE GUNAWAN, S.E., M.Si



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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : TIKA DEWI
N.P.M : 1405170365
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI PERPAJAKAN
Judul Skripsi : ANALISIS FUNGSI ANGGARAN SEBAGAI ALAT
PENGAWASAN PAJAK REKLAME PADA BADAN
PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH KOTA
MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

(Hj. DAHRANI, SE, M.Si)

Diketahui/Disetujui
Oleh:

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

(FITRIANI SARAGIH, SE, M.Si)



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : TIKA DEWI

NPM : 1405170365

Jurusan : Akuntansi Perpajakan

Judul Skripsi : Analisis Fungsi Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak
Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota
Medan.

Dengan ini saya menyatakan bahwa benar saya memperoleh data penelitian dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Dan apabila ternyata data-data dari skripsi ini salah merupakan hasil **plagiat** karya orang lain maka dengan ini saya bersedia menerima sanksi akademik.

Dengan surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, Maret 2018



TIKA DEWI