

**ANALISIS EFEKTIFITAS PENERIMAAN PAJAK
REKLAME PADA DINAS PERTAMANAN
KOTA MEDAN**

Skripsi



**Oleh :
MEUTIA RAFTIKA PANE
088330244**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)21/2/24

Judul Skripsi : ANALISIS EFEKTIFITAS PENERIMAAN PAJAK
REKLAME PADA DINAS PERTAMANAN
KOTA MEDAN

Nama Mahasiswi : MEUTIA RAFTIKA PANE

NIM : 088330244

Jurusan : AKUNTANSI

Menyetujui,

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dra. Hj. Retnawati Siregar, M.Si)

(Dra. Hj. Rosmaini, M.Ak)

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Dekan



(Linda Lores Purba, SE, MSi)

(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, M.Ec)

Tahun Lulus : 2012

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

ABSTRAK

Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagai salah satu sumber penerimaan daerah mempunyai peranan penting dalam pembangunan. Oleh karena itu, pemerintah daerah meningkatkan penerimaan melalui sektor pajak daerah sebagai sumber yang potensial, khususnya pajak reklame. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah penerimaan pajak reklame pada dinas pertamanan Kota Medan sudah efektif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah data penerimaan pajak reklame sejak dikeluarkannya perda Kota Medan tentang pajak reklame, yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah data penerimaan pajak reklame di Kota Medan periode tahun 2008 sampai dengan 2011. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menyajikan data historis perkembangan penerimaan pajak reklame, dilakukan penghitungan tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame.

Setelah data diolah, maka diperoleh hasil yaitu bahwa tingkat efektifitas penerimaan pajak dari tahun 2008-2009 adalah sangat efektif yaitu berada diatas 100%. Sedangkan pada tahun 2010-2011 mengalami penurunan yang cukup signifikan, yaitu 80%-55%. Hal ini berbanding terbalik dengan besaran jumlah realisasi penerimaan pajak reklame yang diterima tiap tahunnya yang selalu mengalami kenaikan. Dengan demikian pihak pemerintah dikira perlu meningkatkan upaya-upaya yang bertujuan meningkatkan efektifitas penerimaan pajak reklame dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah Kota Medan.

Kata Kunci : Efektifitas, Penerimaan Pajak, Pajak Reklame

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian dan Sumber-sumber Pendapatan Daerah.....	5
B. Pengertian Pajak Daerah	9
C. Pajak Reklame	11
D. Efektivitas Penerimaan Pajak	24
E. Kerangka Konseptual	25
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel	27
C. Jenis dan Sumber Data	27
D. Definisi Operasional.....	28

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

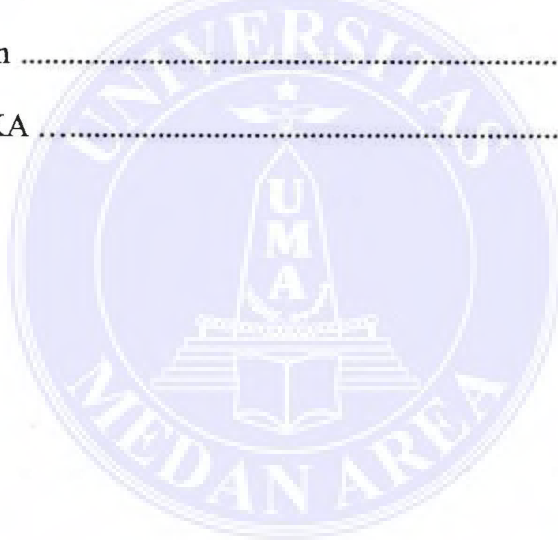
Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	30
B. Pembahasan	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	45
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, dengan rahmat dan karunia Allah Swt peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “ Analisis Efektifitas Penerimaan Pajak Reklame pada Dinas Pertamanan Kota Medan”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan S-1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang teristimewa kedua orang tua tercinta Ayahanda H. Ir. Erwin Pane, MSi dan Ibunda Tati Iriani atas dukungan dan doa yang tak hentinya diberikan kepada ananda.
2. Bapak Prof. Dr. H. A. Yakub Matondang, MA selaku Rektor Univ. Medan Area
3. Bapak Prof. Dr. Sya'ad Afifuddin SE, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univ. Medan Area
4. Bapak Hery Syahrial, SE, MSi selaku Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Univ. Medan Area.
5. Ibu Linda Lores, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Univ. Medan Area, terima kasih atas masukan dan waktu yang diberikan kepada saya.
6. Ibu Dra. Hj. Retnawati Siregar, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih sebesar-besarnya saya ucapkan atas bimbingan, masukan, dan waktu yang telah diberikan kepada saya.
7. Ibu Dra. Hj. Rosmaini, MMA, Ak selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih sebesar besarnya saya ucapkan atas bimbingan, masukan, dan waktu yang telah diberikan kepada saya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan, Staff-staff administrasi Fakultas Ekonomi Univ. Medan Area.
9. Pimpinan dan seluruh staff Dinas Pertamanan Kota Medan
10. Semua sahabat-sahabat, Hizrawan Dodi, K' Nicke, Ibeth, K'Risma, B'Parlin, Hadi n Adis, Bebby, Tami, Ade, Hery, dan Dhany Setia Purnama.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga dapat menjadi perbaikan dalam penulisan karya-karya ilmiah berikutnya. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi pembacanya.

Medan, November 2012
Peneliti,

Meutia Raftika Pane

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penerimaan sektor pajak merupakan sumber penerimaan dalam negeri yang bersifat labil dan dinamis serta merupakan perwujudan dari tekad untuk menjadikan penerimaan pajak sebagai tulang punggung penerimaan negara. Pajak dapat diartikan sebagai biaya yang harus dikeluarkan seseorang atau suatu badan untuk menghasilkan pendapatan disuatu negara, karena ketersediaan berbagai sarana dan prasarana publik yang dinikmati semua orang tidak mungkin ada tanpa adanya biaya yang dikeluarkan dalam bentuk iuran tersebut. Pajak dipungut berdasarkan norma-norma hukum untuk menutupi biaya produksi barang-barang dan jasa kolektif untuk pencapaian kepentingan umum. Pajak merupakan pungutan yang bersifat memaksa berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

Pendapatan asli daerah sangat berperan besar dalam peningkatan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Ada beberapa komponen dalam Pendapatan Asli Daerah, diantaranya adalah pajak daerah, retribusi daerah, bagian laba BUMD, penerimaan dinas-dinas dan penerimaan lain-lain. Pajak daerah salah satunya. Pajak daerah termasuk dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sangat mempengaruhi penerimaan daerah.

Kota Medan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta

dan Surabaya. Selain itu disebut sebagai Kota Metropolitan, Kota Medan juga

menjadi sentral segala kegiatan terutama kegiatan bisnis mengingat letaknya yang tidak terlalu jauh dari negara Malaysia dan Singapura. Oleh karena itu, pemerintah Kota Medan dan pihak swasta bekerja sama untuk selalu meningkatkan kualitas kotanya agar Kota Medan semakin berkembang di kemudian hari.

Kondisi tersebut merupakan sasaran utama bagi pemasaran produk-produk nasional maupun mancanegara untuk memasarkan barang dan jasa yang akan dikonsumsi masyarakat kota Medan. Disamping itu, kondisi ini mengakibatkan tumbuhnya media periklanan baik media luar ruangan maupun berbagai sarana lainnya seperti media cetak dan elektronik, yang hal ini ditetapkan sebagai objek pajak daerah, yaitu pajak reklame.

Tabel 1.1
Jumlah Penerimaan Pajak Reklame Kota Medan
Tahun 2004-2011

No.	Tahun	Penerimaan
1	2004	Rp 5,000,050.600
2	2005	Rp 8,000,046.000
3	2006	Rp 10,500,250.800
4	2007	Rp 11,500,003.360
5	2008	Rp 13,700,060,400
6	2009	Rp 20,013,000,000
7	2010	Rp 30,000,000,000
8	2011	Rp 48,161,000,000

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Medan. 2011

Dengan jumlah reklame yang terus bertambah diharapkan Pemerintah

Kota Medan akan dapat merealisasikan penerimaan yang cukup signifikan

sehingga kontribusi yang diharapkan dari pajak reklame terhadap total

penerimaan pajak daerah cukup besar. Harapan tersebut tentunya sangat mungkin terwujud apabila pelaksanaan pemungutan pajak reklame dapat berjalan secara efektif dan efisien. Namun kenyataan yang terjadi di Kota Medan penerimaan pajak daerah khususnya pajak reklame sering kali tidak mencapai target penerimaan yang telah ditetapkan atau diharapkan. Dilihat dari besarnya, porsi penerimaan pajak reklame cukup signifikan dari total penerimaan asli daerah kota Medan.

Berdasarkan keterangan dan uraian di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dan membuat penulisan skripsi dengan judul "Analisis Penerimaan Pajak Reklame Pada Dinas Pertamanan Kota Medan"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : "Apakah penerimaan pajak reklame pada Dinas Pertamanan Kota Medan sudah efektif?"

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame pada Dinas Pertamanan Kota Medan periode tahun 2008 sampai dengan tahun 2011.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik bagi penulis maupun pihak lain sebagai berikut :

1. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan mengenai perpajakan khususnya terhadap obyek pajak reklame.
2. Bagi Dinas Pertamanan Kota Medan, memberikan saran dan masukan tentang upaya-upaya yang dapat dilakukan dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak reklame..
3. Bagi pihak lain, penelitian ini sebagai bahan referensi dan informasi tambahan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu perpajakan, khususnya pelaksanaan administrasi pajak reklame yang dapat menunjang penerimaan pajak daerah yang efektif.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian dan Sumber-sumber Pendapatan Daerah

1. Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Sebelum meninjau lebih jauh tentang pajak yang menjadi sumber pendapatan asli daerah (PAD), pada sub bab ini penulis akan menjelaskan terlebih dahulu mengenai pendapatan asli daerah (PAD). Pengertian tersebut telah diatur dalam UU No 25 tahun 1999 tentang perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah yang dikutip oleh Halim (2004:64), yaitu : “Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber-sumber ekonomi daerah.”

Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut Kertabudi (2007:2), menyatakan bahwa : “Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan Undang-undang.”

Dari definisi diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang dipungut berdasarkan peraturan daerah yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang diperoleh daerah dari wilayahnya sendiri.

2. Sumber - sumber Pendapatan Daerah

Menurut Darise (2009:67) berdasarkan UU No 25 tahun 1999 diatas sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) baik itu Kabupaten/Kota terdiri dari :

- a. Hasil Pajak Daerah
- b. Hasil Retribusi Daerah
- c. Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya.
- d. Pendapatan Asli Daerah lainnya yang sah

Adapun maksud pengertian dari masing-masing sumber-sumber pendapatan asli daerah tersebut menurut berdasarkan UU No 25 tahun 1999 adalah sebagai berikut :

1. Hasil pajak daerah yaitu iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang tidak dapat dipaksakan dan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah, yang terdiri dari :

- a. Pajak Hotel
- b. Pajak Restoran
- c. Pajak Hiburan
- d. Pajak Reklame
- e. Pajak Penerangan Jalan
- f. Pajak Pengambilan dan Pengelolaan Bahan Galian Golongan C
- g. Pajak Parkir

2. Hasil retribusi daerah yaitu iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badn kepad daerah dengan imbalan langsung dan tidak dapat dipaksakan dan

digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah, yang terdiri dari:

- a. Retribusi Jasa Umum
 - b. Retribusi Jasa Usaha
 - c. Retribusi Perijinan Tertentu
3. Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya yang dipisahkan antara lain :
- a. Bagian laba
 - b. Deviden
 - c. Penjualan saham milik daerah
4. Pendapatan Asli Daerah lainnya yang sah, seperti penjualan aset tetap daerah dan jasa giro. Berdasarkan pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kabupaten Bandung terdapat jenis lain-lain pendapatan asli daerah yang sah terdiri dari:
- a. Hasil penjualan aset daerah yang tidak dipisahkan secara tunai atau angsuran
 - b. Hasil pemanfaatan atau pendayagunaan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan
 - c. Jasa giro
 - d. Pendapatan bunga
 - e. Penerimaan atas tuntutan ganti rugi

- f. Penerimaan komisi, potongan ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah
- g. Penerimaan keuntungan dari selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing
- h. Pendapatan denda atas keterlambatan pelaksanaan pekerjaan
- i. Pendapatan denda pajak dan retribusi
- j. Pendapatan hasil ekskusi atas jaminan
- k. Pendapatan dari pengembalian
- l. Fasilitas sosial dan fasilitas umum
- m. Pendapatan dari penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan
- n. Pendapatan dari Badan Layanan Umum Daerah (BLUD)

Meningkatnya kewenangan pemerintah pusat yang diberikan kepada pemerintah daerah, menyebabkan peranan keuangan daerah sangat penting. Oleh karena itu daerah dituntut untuk lebih aktif dalam memobilisasikan sumber dayanya sendiri disamping mengelola dana yang diterima dari pemerintah pusat secara efisien. Kemandirian daerah inilah yang tidak dapat ditafsirkan bahwa pemerintah harus dapat membiayai seluruh kebutuhannya dari pendapatan asli daerah. Namun harus pula disertai dengan kemampuan dalam memantapkan manajemen keuangan daerah melalui efisiensi pembiayaan dalam penyelenggaraan otonomi daerah. Hal ini sesuai dengan penjelasan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, bahwa penyelenggaraan pemerintah daerah harus dilaksanakan berdasarkan atas 5 prinsip yaitu :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

- a. Pelaksanaan pemberian otonomi kepada daerah harus menunjang aspirasi perjuangan rakyat, yakni memperkokoh Negara kesatuan dan mempertinggi tingkat kesejahteraan rakyat Indonesia seluruhnya.
- b. Pemberian otonomi kepada daerah harus merupakan otonomi yang nyata dan bertanggungjawab.
- c. Azas desentralisasi dilaksanakan bersama-sama dengan azas dekonsentrasi, dengan memberikan kemungkinan bagi pelaksanaan azas pembantuan.
- d. Pemberian otonomi kepada daerah mengutamakan aspek keserasian dengan tujuan disamping aspek pendemokrasian.
- e. Tujuan pemberian otonomi kepada daerah adalah untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintah di daerah, terutama dalam pelaksanaan pembangunan dan pelayanan terhadap masyarakat serta untuk meningkatkan pembinaan kestabilan politik dan kesatuan bangsa.

B. Pengertian Pajak Daerah

Pengertian pajak daerah menurut Siahaan (2005:10) adalah pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan Peraturan Daerah (Perda) yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah.

Ruang lingkup pajak daerah menurut Rahayu (2010:46) terbatas pada objek yang belum dikenakan pajak pusat. "1. Pajak Daerah Tingkat I (Propinsi) 2.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

Pajak Daerah Tingkat II (Kabupaten/Kota).” Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai pajak daerah tingkat II (Kabupaten/Kota) saja.

Menurut Undang-undang No. 34 Tahun 2004 perubahan atas undang-undang no. 18 tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah. Yang dimaksud dengan pajak daerah adalah “iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang didapat”.

Undang-undang ini kemudian direvisi oleh undang-undang republik Indonesia No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (2009:4). Mendefinisikan bahwa pajak daerah adalah :”kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat imbalan sevara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Dari beberapa defenisi di atas penulis berpendapat bahwa pajak daerah itu wajib dan bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tujuan untuk memakmurkan rakyat demi keperluan daerah dengan tidak mendapat imbalan secara langsung.

Menurut Fatchanie (2007:28) pajak daerah merupakan salah satu faktor dalam pendapatan daerah, berikut fungsi dari pajak daerah antara lain: Sebagai tiang utama pelestarian otonomi terhadap penyelenggaraan Pemerintah Daerah. Juga sebagai sumber dana yang sangat berarti dalam rangka pembiayaan pembangunan daerah.

C. Pajak Reklame

Dengan ditetapkannya Peraturan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak daerah dan Retribusi Daerah telah memberikan nuansa baru dimana sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan otonomi daerah yang luas, nyata dan bertanggungjawab, pembiayaan pemerintahan dan pembangunan yang berasal dari pendapatan asli daerah khususnya yang bersumber dari Pajak Reklame.

Reklame merupakan benda, alat, perbuatan atau media 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.

Berdasarkan uraian diatas tidak semua reklame bisa dipergunakan untuk memperkenalkan bahkan untuk menarik perhatian umum seperti yang dilakukan oleh pemerintah.

1. Pengertian Pajak Reklame

Pengertian Pajak Reklame menurut Peraturan Daerah Kota Medan No. 2 Tahun 2004 (2004:4) yaitu: "Pajak Reklame adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame."

Berdasarkan uraian tersebut, pajak reklame merupakan pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame yang dipungut berdasarkan Undang-Undang yang berlaku.

2. Dasar Hukum Pajak Reklame

Dasar hukum pajak reklame di Kota Medan adalah Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 2 Tahun 2004 Tentang Pajak Reklame. Sedangkan dasar hukum keluarnya peraturan daerah tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Undang-undang Nomor 8 Drt Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kota-kota Besar Dalam Lingkungan Daerah Propinsi Sumatera Utara
- b. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana
- c. Undang-undang Nomor 17 Tahun 1997 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Pajak (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 40, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3684).
- d. Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3685), Jo. Undang-undang
- e. Nomor 34 Tahun 2000 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2000 Nomor 246).
- f. Undang-undang Nomor 19 Tahun 19987 tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa (Lembaran Negara Tahun 1997 No. 42 Tambahan Lembaran Negara No. 3685), Jo. Undang-undang Nomor 19 Tahun 1997 tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa
- g. Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 60). Undang-undang Nomor 25 Tahun 1999

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 77).

- h. Peraturan Pemerintah Nomor 105 Tahun 2000 tentang Pengelolaan dan Pertanggung Jawaban Keuangan Daerah
- i. Peraturan Pemerintah No. 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah
- j. Keputusan Presiden Nomor 44 Tahun 1999 Tentang Teknik Penyusunan Peraturan Perundang-undangan dan Bentuk Rancangan Undang-undang, Rancangan Peraturan Pemerintah dan Rancangan Keputusan Presiden
- k. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 84 Tahun 1993 tentang Bentuk Peraturan Daerah dan Peraturan Daerah Perubahan
- l. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 170 Tahun 1997 tentang Pedoman Tata Cara Pemungutan Pajak Daerah
- m. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 172 Tahun 1997 tentang Kriteria Wajib Pajak yang Wajib menyelenggarakan Pembukuan dan Tata Cara Pembukuan
- n. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 173 Tahun 1997 tentang Tata Cara Pemeriksaan di Bidang Pajak Daerah
- o. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 43 Tahun 1999 tentang Sistem dan Prosedur Administrasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah serta Pendapatan Daerah Lainnya.

3. Objek Pajak Reklame

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24


1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Menurut Siahaan (2005:325) mengenai objek pajak reklame, menyatakan bahwa : “Yang menjadi objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame, penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kabupaten / Kota.”

Objek pajak reklame terdiri dari 10 macam yang berbeda-beda. Sebagaimana yang dimaksud diatas objek pajak reklame menurut Siahaan (2005:326), meliputi :

- 
- a. Reklame papan
 - b. Reklame video
 - c. Reklame kain
 - d. Reklame melekat (stiker)
 - e. Reklame selebaran
 - f. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan
 - g. Reklame udara
 - h. Reklame suara
 - i. Reklame film/slade
 - j. Reklame peragaan

Adapun maksud pengertian dari masing-masing objek pajak reklame adalah sebagai berikut:

- a. Reklame papan Adalah reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan pada bangunan, tembok, dinding dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.
- b. Reklame video Adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.
- c. Reklame kain Adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis itu.
- d. Reklame melekat (stiker) Adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200cm² per lembar.
- e. Reklame selebaran Adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
- f. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan Adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- g. Reklame udara Adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.

- h. Reklame suara Adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
- i. Reklame film / slade Adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layer atau benda lain yang ada di ruangan.
- j. Reklame peragaan Adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

Ada beberapa objek pajak yang dikecualikan dalam pasal ini yaitu penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

Sedangkan yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame adalah :

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
- b. Penyelenggaraan reklame oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
- c. Penyelenggaraan reklame yang semata-mata memuat nama tempat ibadah dan tempat panti asuhan
- d. Penyelenggaraan reklame yang semata-mata mengenai pemilikan dan / atau peruntukan tanah, dengan ketentuan luasnya tidak melebihi 0,25 m² dan

diselenggarakan di atas tanah tersebut

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

- e. Merupakan reklame yang disebarakan, apabila benda yang dijadikan reklame itu dimaksudkan juga bermanfaat bagi yang menerimanya.
- f. Diselenggarakan oleh Perwakilan diplomatik, perwakilan konsulat, perwakilan PBB serta badan-badan khususnya badan-badan atau lembaga organisasi internasional apda lokasi badan-badan dimaksud
- g. Diselenggarakan oleh Partai Politik dan atau Organisasi Kemasyarakatan

4. Subjek Pajak Reklame

Subjek pajak reklame menurut Darise (2009:62), menyatakan bahwa :
“Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame.” Jadi setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggaraan atau melakukan pemesanan reklame disebut subjek pajak reklame.

5. Wajib Pajak Reklame

Wajib pajak reklame menurut Siahaan (2005:10), menyatakan bahwa :
“Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Jika 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, misalnya perusahaan jasa periklanan, maka pihak ketiga tersebut menjadi Wajib

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

Pajak Reklame. Dalam menjalankan kewajibannya, wajib pajak dapat diwakili oleh pihak tertentu yang diperkenankan oleh Undang-Undang dan peraturan daerah tentang pajak reklame. Wakil wajib pajak bertanggung jawab secara pribadi dan atau secara tanggung renteng atas pembayaran pajak terutang. Selain itu, wajib pajak dapat menunjuk seorang kuasa dengan surat kuasa khusus untuk menjalankan hak dan kewajiban perpajakannya.

6. Dasar Pengenaan Pajak dan Tarif

Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah nilai sewa reklame. Nilai sewa reklame diperhitungkan dengan memperhatikan lokasi penempatan, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media reklame.”

Hasil perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dengan keputusan Kepala Daerah. Tarif Pajak Reklame paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen) sehingga besarnya pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak. Pajak Reklame yang terutang dipungut di wilayah Daerah tempat reklame tersebut diselenggarakan.

Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25% (*Dua Puluh Lima Persen*). Besarnya pokok pajak reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak reklame. Setiap penambahan ketinggian sampai dengan 15 meter dikenakan tambahan pajak sebesar 20% (*Dua Puluh Persen*) dari pokok pajak pada ketinggian 15 meter pertama. Masa pajak reklame

adalah jangka waktu yang lamanya sama dengan 1 tahun takwin atau jangka waktu lain yang ditetapkan dengan keputusan Walikota.

Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame. Nilai Sewa Reklame diperhitungkan dengan memperhatikan :

- a. Lokasi Penempatan
- b. Jenis
- c. Jangka waktu penyelenggaraan dan
- d. Ukuran media reklame

Lokasi penempatan reklame ditetapkan dengan Keputusan Walikota. Lokasi penempatan adalah lokasi peletakkan reklame berdasarkan nilai strategis titik reklame dan kelas jalan yang ditetapkan dengan Keputusan Walikota dengan rincian sebagai berikut :

- a. Kelas I
- b. Kelas II
- c. Kelas III

Nilai sewa reklame untuk jenis reklame selain reklame billboard/papan/megatron/ videotron/large elektronik display dan reklame kain serta baliho sebagaimana ditetapkan sebagai berikut :

- a. Reklame : Rp. 500/cm² sekurang-kurangnya Rp. 2.500.000
setiap kali penyelenggaraan
- b. Reklame Selebaran : Rp. 500/cm² sekurang-kurangnya Rp. 2.500.000
setiap kali penyelenggaraan

- c. Reklame berjalan/ : Rp. 5000/m²/hari/kendaraan
- d. Reklame Udara : Rp. 2.000.000,- sekali peragaan, paling lama satu bulan
- e. Reklame Suara : Rp. 1.000/15 detik, bagian-bagian yang kurang dari 15 detik dihitung menjadi 15 detik
- f. Reklame Film/Slide : Rp. 5.000/15 detik dengan suara, Rp. 2.000/15 detik tanpa suara. Bagian-bagian yang kurang dari 15 detik dihitung menjadi 15 detik
- g. Reklame paragaan : Rp. 12.000 / hari dan sekurang-kurangnya Rp. 240.000

Nilai sewa reklame untuk penyelenggaraan reklame didalam ruangan (indoor) dihitung dan ditetapkan sebesar 50% (*Lima Puluh Persen*) dari Nilai Sewa Reklame.

Pajak Reklame terutang dalam masa pajak terjadi atau timbul pada saat kegiatan penyelenggaraan reklame dilakukan atau diterbitkan Surat Penetapan Pajak Reklame (SPPR). Pajak yang terutang dipungut didalam daerah. Pendaftaran dilakukan terhadap wajib pajak yang berdomisili didalam maupun diluar wilayah daerah yang memiliki objek pajak didaerah.

Pendaftaran diawali dengan mempersiapkan formulir pendaftaran. Wajib pajak wajib mengisi formulir pendaftaran dengan jelas, lengkap dan benar serta mengembalikannya ke Dinas Pendapatan Daerah. Formulir pendaftaran yang dikembalikan oleh wajib pajak dicatat dalam Daftar Induk Wajib Pajak secara

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

berurutan yang digunakan sebagai Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD) bagi wajib pajak. Setiap wajib pajak harus mengisi SPTPD dan formulir lain yang disamakan dengan itu.

SPTPD harus diisi dengan jelas, benar dan lengkap serta ditanda tangani oleh wajib pajak atau kuasanya. SPTPD harus disampaikan kepada Kepala Daerah atau pejabat selambat-lambatnya 15 (Lima Belas) setelah berakhirnya masa pajak. Bentuk, isi dan tatacara pengisian dan penyampaian SPTDP ditetapkan oleh Kepala Daerah. Dalam jangka waktu 5 (lima) tahun sesudah saat terutangnya pajak, Kepala Daerah dapat menerbitkan :

- a. SKPDKB
- b. SKPDKBT
- c. SKPDN

SKPDKB diterbitkan :

- a). Apabila berdasarkan hasil pemeriksaan atau keterangan lain pajak yang terhutang tidak atau kurang bayar, dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% (dua persen) sebulan dihitung dari pajak yang kurang atau terlambat bayar untuk jangka waktu paling lama 24 (dua puluh empat) bulan sejak saat terutang pajak
- b). Apabila SPTPD tidak disampaikan dalam jangka waktu yang ditentukan dan telah ditegur secara tertulis, dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% (dua persen) sebulan dihitung dari pajak yang kurang atau terlambat dibayar

untuk jangka waktu paling lama 24 (dua puluh empat) bulan sejak terutangnya pajak

c). Apabila kewajiban mengisi SPTPD tidak dipenuhi, pajak yang terhutang dihitung secara jabatan dan dikenakan sanksi administrasi berupa kenaikan sebesar 25% (dua puluh lima persen) sebulan dihitung dari pajak yang kurang atau terlambat dibayar untuk jangka waktu paling lama 24 (dua puluh empat) bulan sejak saat terutangnya pajak SKPDKBT sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b diterbitkan apabila ditemukan data baru yang semula belum terungkap yang menyebabkan penambahan jumlah pajak yang terutang, akan dikenakan sanksi administrasi berupa kenaikan sebesar 100% (seratus persen) dari jumlah kekurangan pajak tersebut.

SKPDN diterbitkan:

- a. Apabila jumlah pajak terutang sama besarnya dengan jumlah yang telah disetorkan.
- b. Apabila kewajiban membayar pajak terutang pada SKPDKB dan SKPDKBT tidak sepenuhnya dibayar dalam jangka waktu yang ditentukan, ditagih dengan menerbitkan STPD ditambah dengan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% (dua persen) sebulan. Penambahan jumlah pajak yang terutang tidak dikenakan pada wajib pajak apabila melaporkan sendiri sebelum dilakukan pemeriksaan.

Pembayaran pajak dilakukan di Kas Daerah atau tempat lain yang ditunjuk

oleh Kepala Daerah dalam waktu 30 (tiga puluh) hari setelah diterima SPTPD,
UNIVERSITAS MEDAN AREA

D. Efektivitas Penerimaan Pajak

Potensi pajak reklame ini diperoleh dengan cara mengalikan basis pajak (Tax Base) Pajak reklame dengan tarif pajak yang berlaku. Menurut Devas (1989:201), efektivitas yaitu hubungan antara output dan tujuan atau dapat juga dikatakan merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output tertentu, kebijakan dan prosedur dari organisasi. Efektivitas juga berhubungan dengan derajat keberhasilan suatu operasi pada sektor publik sehingga suatu kegiatan dikatakan efektif jika kegiatan tersebut mempunyai pengaruh besar terhadap kemampuan menyediakan pelayanan masyarakat yang merupakan sasaran yang telah ditentukan

Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau target yang telah ditetapkan (Mardiasmo, 2002). Adapun cara untuk mengukur efektivitas pemungutan pajak adalah sebagai berikut :

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak}}{\text{Potensi Penerimaan Pajak}} \times 100\%$$

Dari pengertian efektivitas tersebut disimpulkan bahwa efektivitas bertujuan untuk mengukur rasio keberhasilan, semakin besar rasio maka semakin efektif, standar minimal rasio keberhasilan adalah 100% atau 1 (satu) dimana realisasi sama dengan target yang telah ditentukan. Rasio dibawah standar minimal keberhasilan dapat dikatakan tidak efektif. Selama ini belum ada ukuran baku mengenai kategori efektifitas, ukuran efektifitas biasanya dinyatakan secara

kualitatif dalam bentuk pernyataan saja (judgement). Tingkat efektifitas dapat digolongkan kedalam beberapa kategori yaitu:

1. Hasil perbandingan tingkat pencapaian diatas 100 persen berarti sangat efektif.
2. Hasil perbandingan tingkat pencapaian 100 persen berarti efektif.
3. Hasil perbandingan tingkat pencapaian dibawah 100 persen berarti tidak efektif.

E. Kerangka Konseptual

Proses pemungutan pajak reklame merupakan rangkaian kegiatan yang harus direncanakan, dilaksanakan dan dokordinasikan sedemikian rupa. Kontribusi pajak reklame terhadap total penerimaan pendapatan daerah tingkat II Kota Medan cukup besar. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa pajak reklame adalah salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD).

Efektivitas penerimaan pajak reklame Kota Medan dilihat dari besaran jumlah penerimaan pajak relame dari tahun ke tahun dan pencapaian rencana penerimaan dalam bentuk anggaran pendapatn asli daerah (PAD) untuk pajak reklame. Secara skematis, kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode deskriptif, yaitu suatu metode dimana data dikumpulkan, diinterpretasikan, dianalisis sehingga memberikan keterangan yang lengkap bagi pemecahan masalah yang dihadapi.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Dinas Pertamanan Kota Medan beralamat di Jl. Pinang Baris No. 114 Medan Telp. 061 8459665

3. Waktu Penelitian

Penelitian berlangsung mulai bulan Mei 2012 sampai dengan selesai.

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian
Tahun 2012

No.	Jenis Penelitian	Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Kunjungan ke dinas terkait																				
2	Pengajuan Judul																				
3	Penyusunan Proposal																				
4	Seminar Proposal																				
5	Penyusunan Proposal																				
6	Bimbingan Skripsi																				
7	Sidang																				

B. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Populasi.** "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi". (Arikunto, 2007:108). Sesuai dengan pendapat di atas, populasi yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah data penerimaan pajak reklame Kota Medan semenjak dikeluarkannya Perda Kota Medan tahun 1985 tentang Pajak Reklame.
2. **Sampel.** "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Berdasarkan pendapat di atas, maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah data penerimaan pajak reklame di Kota Medan periode tahun 2008 sampai dengan 2011. Hal ini disebabkan tidak lain untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif.

Sumber data adalah data sekunder dan bersifat time series yaitu data yang menggunakan angka-angka dalam kurun waktu tahunan. Sumber data diperoleh dari data yang terdapat di Dinas Pertamanan Kota Medan. Disamping itu, data lainnya diperoleh dari buku bacaan, karya-karya ilmiah, laporan-laporan penelitian, jurnal serta website yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Defenisi Operasional

1. Pendapatan asli daerah adalah penerimaan yang dipungut berdasarkan peraturan daerah yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang diperoleh daerah dari wilayahnya sendiri.
2. Pajak daerah merupakan pajak yang bersifat wajib dan memaksa berdasarkan undang-undang dengan tujuan untuk memakmurkan rakyat demi keperluan daerah dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung.
3. Pajak reklame merupakan pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame yang dipungut berdasarkan Undang-Undang yang berlaku.
4. Target merupakan rencana pencapaian dalam penerimaan pajak reklame Kota Medan yang dituangkan dalam bentuk anggaran.
5. Realisasi penerimaan merupakan jumlah pendapatan pajak reklame dalam periode tahun tertentu.
6. Efektivitas penerimaan pajak reklame merupakan tingkat keberhasilan pencapaian penerimaan pajak yang diukur melalui besaran persentase realisasi terhadap target penerimaan pajak reklame.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara, yaitu data yang didapatkan dengan cara tanya jawab langsung dengan pegawai Kantor Dinas Pertamanan Kota Medan.
2. Studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan mengumpulkan data dari buku-buku dan literatur yang berhubungan dengan penelitian termasuk data

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

dan dokumen dari Kantor Dinas Pertamanan Kota Medan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya ini tanpa izin Universitas Medan Area

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

F. Metode Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah data deskriptif. Teknik analisis data deskriptif adalah teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan mengkategorikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis data yang digunakan dalam menganalisis tingkat efektifitas pajak adalah hubungan antara realisasi penerimaan pajak reklame terhadap target penerimaan pajak reklame. Besarnya efektifitas pajak dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Apabila hasil perhitungan efektifitas pajak menghasilkan angka atau persentase mendekati 100%, maka pajak tersebut semakin efektif dan untuk melihat efektifitasnya adalah dengan membandingkan efektifitas tahun bersangkutan dengan tahun sebelumnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, selama kurun waktu 4 (empat) tahun yaitu tahun 2008, 2009, 2010 dan 2011 diketahui bahwa kontribusi penerimaan pajak reklame dari tahun 2008-2009 adalah efektif sedangkan tahun 2010-2011 tidak efektif hal tersebut jelas terlihat dimana pada tahun 2008, tingkat efektifitasnya mencapai 157.9 % sedangkan tahun 2011 hanya mencapai 55.56 %.

Berdasarkan penelitian diketahui bahwa besaran jumlah penerimaan pajak reklame terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini berbanding terbalik dengan tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame yang terus menurun setiap tahunnya.

B. Saran

1. Pemerintah Kota Medan melalui Dinas Pertamanan Kota Medan bersama-sama dengan DPKD (Dinas Pengelolaan Keuangan Daerah) hendaknya dapat menyikapi dengan meningkatnya jumlah objek reklame di Kota Medan maka realiasi penerimaan Pajak Reklame Kota Medan akan meningkat sehingga penerimaan PAD juga meningkat. Maka dengan adanya peningkatan penerimaan PAD dapat digunakan untuk membiayai pembangunan Kota

2. Dalam upaya untuk meningkatkan penerimaan Pajak Reklame hendaknya diciptakan kondisi yang kondusif bagi perkembangan industri dengan meningkatnya jumlah industri diharapkan pemasangan reklame juga akan meningkat.



DAFTAR PUSTAKA

- Daries, Nurlan, 2009. **Pengelolaan Keuangan Daerah**, PT. Indeks, Jakarta.
- Fatchanie, Meutia, 2007 **Analisis Efisiensi dan Efektivitas Hasil Pemungutan Pajak Daerah di Kabupaten Sleman**, BP-UII, Yogyakarta.
- Halim, Abdul. 2004, **Akuntansi Keuangan Daerah**, Salemba Empat, Jakarta.
- Kertabudi, Djamu, 2007, **Selayang Pandang Dinas Pendapatan Daerah. Soreang Kab. Bandung**.
- Marihot P. Siahaan, 2006, **Pajak Daerah dan Retribusi Daerah**, Edisi 1, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Nasution S, dan Thomas, 2007, **Metode Penelitian Penuntun Membuat Tesis, skripsi, disertasi dan makalah**, Jakarta.
- Rahayu, Siti Kurnia. 2010, **Perpajakan Indonesia Konsep dan Aspek Formal**, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Siahaan, P. Marihot, 2005, **Pajak Daerah dan Retribusi Daerah**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Pendapatan Daerah.**
- Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 2 Tahun 2004 Tentang Pajak Reklame**