



**STRATEGI PEMUNGUTAN PENERIMAAN PAJAK  
REKLAME DALAM RANGKA MENINGKATKAN  
PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**Artha Anansyah Hsb**  
1615100092

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI,  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2020**

## **ABSTRAK**

Kota Medan sebagai kota lintas yang potensial dan strategis dalam memaksimalkan pendapatan asli daerah melalui sektor pajak daerah, misalnya pajak reklame. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan serta kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dengan mengukur efektifitas pajak reklame, dan menentukan strategi pemungutan pajak reklame guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Penelitian ini menggunakan teknik analisis pertumbuhan dan kontribusi, analisis rasio efektifitas serta analisis perumusan strategi pemungutan penerimaan pajak. Hasil penelitian analisis rasio pertumbuhan dan kontribusi menunjukkan bahwa kinerja pemungutan penerimaan pajak reklame tidak berhasil, hasil analisis rasio efektifitas menunjukkan bahwa pemungutan pajak reklame tidak berjalan dengan efektif. Disarankan Pemerintah Kota Medan untuk meningkatkan pengawasan, dan penertiban petunjuk teknis pemungutan pajak reklame serta peningkatan sumber daya manusia

**Kata Kunci : Pajak Reklame, Pertumbuhan dan Kontribusi, Efektifitas, Strategi, Kota Medan.**

## ***Abstract***

*Medan city as a potential and strategic cross-town in maximizing regional incomes through the local tax sector, such as advertising tax. The study aims to find out the rate of growth and the contribution of advertising tax to regional taxes by measuring the effectiveness of advertising tax, and determined counter-tax collection strategies to boost regional incomes. This study uses growth and contribution analysis techniques, effectiveness ratios analysis and formulating tax response strategies. The results of the growth ratio and contribution analysis research show that the performance of the advertising tax acceptance was unsuccessful, effectiveness ratios analysis showed that advertising tax collections are not effective. It is recommended that the Government of Medan city to enhance the controls and curving technical instruction on advertising tax collection and enhanced human resources.*

***Keywords : Advertising Tax, Growth and Contribution, Effectiveness, Strategy, Medan City .***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Batasan Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Keaslian Penelitian.....	7

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Otonomi Daerah.....	9
2.1.2 Teori Keagenan ( <i>Agency Theory</i> ) .....	10
2.1.3 Teori Kontrak ( <i>Contracting Theory</i> ).....	10
2.1.4 Teori Kepatuhan ( <i>Compliance Theory</i> ) .....	11
2.1.5 Strategi .....	12
2.1.6 Pajak.....	13
2.1.7 Pajak Daerah .....	19
2.1.8 Pajak Reklame.....	23

2.1.9 Pendapatan Asli Daerah .....	23
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	31
2.3 Kerangka Konseptual .....	35

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1 Pendekatan Penelitian.....	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	36
3.2.2 Waktu Penelitian.....	36
3.3 Populasi dan Sampel / Jenis Sumber Data.....	37
3.3.1 Populasi .....	37
3.3.2 Sampel .....	37
3.3.3 Jenis Sumber Data .....	37
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	38
3.4.1 Variabel Penelitian .....	38
3.4.2 Defenisi Operasional .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6 Teknik Analisa Data .....	39
3.6.1 Analisis Pertumbuhan dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame .....	40
3.6.2 Analisis Rasio Penerimaan Pajak Reklame .....	41
3.6.3 Analisis Perumusan Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame .....	42

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

4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Sejarah Umum Dinas Pertamanan Kota Medan .....	44
4.1.2 Visi dan Misi Dinas Pertamanan Kota Medan.....	45
4.1.3 Struktur Organisasi Dinas Pertamanan Kota Medan .....	46
4.1.4 Uraian Fungsi Dinas Pertamanan Kota Medan.....	47
4.1.5 Analisis Hasil Penelitian.....	54
4.2 Pembahasan .....	60
4.2.1 Tingkat Pertumbuhan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan .....	60
4.2.2 Langkah-langkah Prioritas Melaksanakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Medan .....	62
4.2.3 Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.....	63

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**BIODATA**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Penelitian .....	3
Tabel 2.1 Mapping Penelitian Sebelumnya .....	31
Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian .....	36
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel .....	38
Tabel 3.3 Kriteria Laju Pertumbuhan.....	40
Tabel 3.4 Kriteria Kontribusi .....	41
Tabel 3.5 Kriteria Efektifitas.....	42
Tabel 4.1 Kriteria Laju Pertumbuhan.....	55
Tabel 4.2 Laju Pertumbuhan Pajak Reklame Kota Medan Tahun 2014-2018 .....	55
Tabel 4.3 Kriteria Kontribusi .....	57
Tabel 4.4 Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan .....	58
Tabel 4.5 Kriteria Efektifitas.....	59
Tabel 4.6 Tingkat Efektifitas Pajak Reklame Kota Medan 2014-2018 .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1 Hirarki Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Kota Medan.....	61

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil'amin*, puji syukur kehadirat kepada Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini yang berjudul **Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.**

Penulis menyadari bahwa selama proses penelitian, dan penulisan skripsi ini penulis masih memiliki begitu banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman sehingga membuat skripsi ini jauh dari kesempurnaan yang diharapkan, baik secara teoritis maupun dari pembahasan hasilnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi.
2. Bapak Dr. Surya Nita, SH.,M.Hum., selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
3. Bapak Junawan, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Ibu Dr. Rahima Br. Purba, SE., M.Si., Ak., CA., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Dra. Mariyam, Ak., M.Si.,M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Yang tercinta kedua orang tua penulis yakni Ayahanda Armansyah Hsb dan Ibunda Nana Parinduri serta seluruh keluarga yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil kepada penulis.
7. Kepada Dinas Pertamanan Kota Medan yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian, serta seluruh karyawan yang telah membantu penulis selama penelitian.
8. Kepada seluruh keluarga saya yaitu adik saya Febby Kirana Hsb. Tante saya Dahliani Hsb. Paman saya Abdul Ghani Hsb. Terima kasih atas masukan-masukan, dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
9. Kepada sahabat-sahabat saya Dani Riski Pratama, Dandy Khrisma Adji, dan Fahmi Nasir Pohan terima kasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
10. Kepada teman-teman saya dikampus Andri Rananda, Ridho Al-Khalik, Arfandy Putra Permana, Dinda Sakinah Kasim, Della Junita Nst, Maulidina Fajriani Akhmar, Aulia Safira dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan terima kasih atas dukungan semangatnya.

Semoga penelitian dan pembahasan yang penulis persembahkan ini dapat bermanfaat. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini. Penulis mengharapkan

masukan dan saran dari para pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Medan, 15 Juli 2020

Penulis

Artha Anansyah Hsb

1615100092

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Otonomi daerah di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 yang diperbaharui menjadi Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah dan Undang-Undang No. 25 Tahun 1999 diperbaharui lagi menjadi Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan pemerintahan pusat dan pemerintahan daerah.

Pemerintah daerah dipandang sebagai mitra kerja oleh pemerintah pusat dalam penyelenggaraan tugas otonomi daerah. Prinsip pemberian otonomi daerah adalah pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada masing-masing daerah untuk menyelenggarakan pemerintahannya itu sendiri.

Pendapatan Asli Daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pusat dan daerah Pasal 1 angka 18 bahwa “Pendapatan Asli Daerah, selanjutnya disebut PAD merupakan Pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan”.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak dan retribusi daerah merupakan dua sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), disamping penerimaan dari kekayaan daerah yang dipisahkan serta PAD lain-lain yang sah. Semakin tinggi peranan PAD dalam pendapatan daerah merupakan cerminan dari keberhasilan usaha dan

kemampuan daerah dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan.

Sektor pendapatan daerah memegang peranan yang sangat penting, karena melalui sektor ini dapat dilihat sejauh mana suatu daerah dapat membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan daerahnya. Peningkatan penerimaan PAD akan tercapai apabila berbagai sumber pendapatannya dikelola dan pelaksanaannya dilakukan secara optimal.

Potensi yang dapat ditingkatkan dari penerimaan daerah adalah melalui pajak reklame. Pajak reklame ini dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan didengarkan dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Pemerintah Daerah Kota Medan memberlakukan berbagai jenis pajak daerah, tentunya disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. DPRD sebagai lembaga tinggi Legislatif daerah, juga ikut berperan dalam rangka penetapan target masing-masing komponen penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah Kota Medan di setiap awal tahun anggaran. Dalam menentukan target penerimaan pajak daerah, aparatur pemerintah kota juga selalu memperhatikan aspek yang penting secara teknis berpengaruh pada penerimaan keuangan daerah pada umumnya yaitu situasi dan kondisi perekonomian serta suasana politik daerah. Penerimaan pajak daerah Kota Medan diperoleh dari berbagai jenis pajak, salah satunya ialah pajak reklame.

Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang penting untuk diteliti di Kota Medan. Kota Medan sebagai salah satu kota wisata mempunyai

prospek pajak reklame yang baik untuk waktu mendatang. Banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Medan membutuhkan fasilitas-fasilitas untuk dikunjungi, seperti tempat wisata, pusat oleh-oleh, dan lain-lain. Selain itu dengan banyaknya wisatawan yang akan datang akan memicu pengusaha-pengusaha baru untuk memenuhi fasilitas tersebut. Usaha tersebut akan membutuhkan reklame untuk memasarkan produknya agar dikenal masyarakat

Cara agar mengetahui strategi pemungutan pajak reklame sudah berjalan dengan baik atau tidak dapat dilihat dari realisasi penerimaan pajak reklame dengan target yang ditetapkan sebelumnya. Dimana diketahui berdasarkan data laporan realisasi penerimaan pajak pada Dinas Pertamanan Daerah Kota Medan dari tahun 2014 sampai dengan 2018 terjadi selisih yang cukup besar antara anggaran dengan realisasi yang tercapai yang menunjukkan bahwa pencapaian penerimaan pajak reklame masih belum memadai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat selisih antara anggaran dan realisasi pajaknya dalam sektor pajak reklame dalam penerimaan pajak daerah Kota Medan yang disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 1.1 Data Penelitian**

<b>Tahun</b>	<b>Anggaran Penerimaan Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Realisasi Penerimaan Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Pencapaian Realisasi dari Anggaran Pajak Reklame (%)</b>
<b>2014</b>	35.308.417.000	10.709.910.917	21,81
<b>2015</b>	49.095.950.000	3.551.947.419	7,23
<b>2016</b>	89.852.375.000	17.508.256.230	19,49
<b>2017</b>	94.560.572.000	22.310.560.324	23,64
<b>2018</b>	107.229.883.724	13.766.232.677	12,84

*Sumber : Dinas Pertamanan Kota Medan (2020)*

Berdasarkan data pada tabel diatas maka dapat diketahui bahwa setiap tahunnya pencapaian realisasi penerimaan pajak reklame dengan anggaran penerimaan pajak reklame Pada Dinas Pertamanan Daerah Kota Medan mengalami fluktuasi dari tahun 2014 sampai dengan 2018. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan bahwa pencapaian antara selisih anggaran dan target dikatakan baik atau mencukupi apabila dapat menyentuh angka 60% dari perolehan pencapaian realisasi dari anggaran pajak reklame setiap tahunnya. Pencapaian realisasi pajak reklame yang tidak sesuai dengan anggaran menunjukkan bahwa perolehan pajak yang kurang baik. Dalam hal ini menunjukkan bahwa pendapatan daerah untuk membangun perekonomian daerahnya juga dapat mengalami hambatan.

Jadi permasalahan yang dihadapi pada sektor pajak reklame ialah kurangnya kesadaran dan peran masyarakat dalam meningkatkan pajak reklame, disebabkan kurangnya sosialisasi pemerintah daerah kepada masyarakat tentang pajak reklame, selain itu juga kurangnya pengawasan terhadap pemungutan pajak dari aparatur pemerintah kota dalam rangka pengelolaanya. Salah satu contoh adanya reklame yang tanpa izin pemasangannya dari pemerintah kota ataupun reklame yang perijinan yang sudah mati, selain itu juga banyak reklame yang tidak tertera dengan rapi sehingga dapat merusak pemandangan kota, serta ada banyak lagi yang dapat mengurangi penerimaan pajak reklame. Disisi lain, pemungutan pajak reklame terus diharapkan akan semakin meningkat dari tahun ketahun untuk menambah penerimaan PAD agar tujuan otonomi daerah untuk menciptakan kemandirian daerah di sektor keuangan akan dapat terwujud.

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan serta dengan fenomena yang terjadi dilapangan, maka penulis tertarik untuk membahas dan menganalisis dengan melakukan penelitian dengan judul : **“Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan”**.

## **1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

- a. Masih kecilnya penerimaan pajak reklame untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.
- b. Tidak tercapainya target pemungutan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Sehubung dengan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas terdapat beberapa masalah yang terjadi, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini dengan mengkhususkan pembahasan pada strategi pemungutan penerimaan pajak reklame dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

- a. Bagaimanakah mengukur tingkat pertumbuhan penerimaan pajak reklame di Kota Medan?
- b. Bagaimanakah langkah-langkah prioritas melaksanakan pemungutan penerimaan pajak reklame di Kota Medan?
- c. Apa saja strategi pemungutan pajak reklame untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan?

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan serta kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dengan mengukur efektifitas pajak reklame, dan menentukan strategi pemungutan pajak reklame guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terhadap beberapa pihak, antara lain :

- a. Peneliti

Bagi peneliti, memberi manfaat berupa tambahan pengetahuan dan pengembangan pengetahuan tentang pemungutan penerimaan pajak reklame di Indonesia, khususnya strategi pemungutan penerimaan pajak reklame dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Medan.

b. Pihak Perusahaan

Bagi pihak perusahaan, sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara optimal

c. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan masukan dan referensi untuk menyempurnakan penelitian selajutnya yang sejenis

### **1.5 Keaslian Penelitian**

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian Aulia Ichsan, Hermanto Siregar, Endriatmo Soetarto (2018) berjudul “Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Kota Bekasi”. Sedangkan penelitian ini berjudul “Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan”

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya, perbedaan terdapat pada :

1. Model Penelitian : pada penelitian sebelumnya hanya menggunakan strategi pemungutan penerimaan pajak reklame Kota Bekasi sedangkan penelitian ini menggunakan strategi pemungutan penerimaan pajak reklame dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Medan.
2. Waktu Penelitian: Penelitian terdahulu pada tahun 2018, sedangkan penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2019.

3. Lokasi Penelitian: Penelitian terdahulu berada di daerah Kota Bekasi, sedangkan penelitian ini berada di daerah Kota Medan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Otonomi Daerah**

Menyelenggarakan otonomi daerah yang luas diperlukan kewenangan dan kemampuan menggali sumber keuangan sendiri, yang didukung oleh perimbangan keuangan antara pusat dan daerah serta antar provinsi dan kabupaten/kota. Oleh karena itu kewenangan keuangan yang melekat pada setiap kewenangan keuangan pemerintah menjadi kewenangan keuangan daerah.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008). Otonomi adalah pola pemerintah sendiri. Sedangkan menurut UU No. 32 tahun 2004 adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat dengan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Daerah otonom, selanjutnya disebut sebesar kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah yang berwenang mengatur urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Tujuan utama dari penyelenggaraan dari otonom daerah adalah untuk meningkatkan pelayanan publik (*public service*) dan memajukan perekonomian daerah. Dengan dilaksanakan otonomi daerah ini diharapkan pemerintah daerah mempunyai keleluasaan dalam menentukan arah dan kebijakan pemerintah daerah melalui usaha-usaha yang sejauh mungkin

melibatkan peran Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dan peningkatan partisipasi aktif masyarakat.

### **2.1.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori ekonomi mengasumsikan bahwa manusia selalu berusaha memaksimalkan fungsi utilitas yang dimilikinya. Dalam konteks perusahaan dimana terdapat pemisahan antara pemilik sebagai *principal* dan manajer sebagai *agent* yang menjalankan perusahaan maka akan muncul permasalahan agensi (*agency problem*) karena masing-masing pihak akan selalu berusaha untuk memaksimalkan fungsi utilitasnya tersebut. Kedua belah pihak, *principal* dan *agent* diasumsikan selalu bertindak secara rasional sesuai dengan kepentingan ekonomis masing-masing. Keinginan untuk memaksimalkan manfaat ekonomi masing-masing akan menimbulkan benturan kepentingan (*conflict of interest*). *Principal* diasumsikan selalu ingin memaksimalkan pencapaian tujuan organisasi seperti laba perusahaan dan berani menanggung resiko atau paling tidak *risk neutral*.

### **2.1.3 Teori Kontrak (*contracting theory*)**

Teori kontrak adalah hubungan kontrak antara pemasok dan konsumen faktor-faktor produksi. Contohnya adalah saat kita membeli es krim di supermarket. Perusahaan ini sudah akan memiliki kontrak langsung atau tidak langsung dengan semua pihak penyedia sumber daya yang digunakan untuk memproduksi es krim. Hal ini berarti bahwa suatu perhubungan kontrak karena *centralize* atau adanya hubungan, kontrak antara

konsumen dan berbagai pemasok. Dalam pengertian yang lebih umum, semua pemasok faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja dan modal) secara tunggal mempunyai kontrak dengan konsumen untuk output mereka, misalnya, kontrak :

1. Mendokumentasikan syarat dan kondisi kerja para manajer oleh pemegang saham.
2. Mendokumentasikan syarat dan kondisi di mana pemberi pinjaman menyediakan sumber daya keuangan.
3. Kerja untuk pabrik dan pekerja lainnya.
4. Untuk penyediaan barang.
5. Untuk penjualan dan pengiriman barang dan jasa.

Perusahaan perlu membuat laporan keuangan karena adanya kontrak (mengenai siapa pembeli dan penjual) atau kontrak pembeli dan penjual. Laporan keuangan dari perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan itu *qualified* untuk menyelesaikan pembayaran pembelian bahan yang dibeli (contoh bahan baku). Karyawan perlu meyakinkan bahwa perusahaan dapat digunakan sebagai tempat bergantung untuk mencari sumber kehidupan. Kontrak perusahaan bisa dengan investor, kreditor, konsumen, maupun pemerintah dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, yang disebut dengan hak perusahaan.

#### **2.1.4 Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)**

Kepatuhan berasal dari kata patuh, menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, patuh artinya suka dan taat kepada perintah atau aturan, dan berdisiplin. Kepatuhan berarti sifat patuh, taat, tunduk pada ajaran atau peraturan. Dalam kepatuhan yang dinilai adalah ketaatan semua aktivitas sesuai dengan kebijakan, aturan, ketentuan dan undang-undang yang berlaku. Sedangkan kepatutan lebih pada keluhuran budi pimpinan dalam mengambil keputusan. Jika melanggar kepatutan belum tentu melanggar kepatuhan. Selain itu, kepatuhan menentukan apakah pihak yang diaudit telah mengikuti prosedur, standar, dan aturan tertentu yang ditetapkan oleh pihak yang berwenang. Hal ini bertujuan untuk menentukan apakah yang diperiksa sesuai dengan kondisi, peraturan, dan undang-undang tertentu.

### **2.1.5 Strategi**

#### **a. Pengertian Strategi**

Strategi pertama kali dikemukakan oleh Jauch & Glueck (dalam Akdon, 2011) menyebutkan bahwa strategi adalah suatu rencana yang di jadi satukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan pada strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Berdasarkan penjelasan diatas, strategi merupakan seni dalam menyusun rencana suatu organisasi untuk memastikan tujuan yang ingin dicapai tersebut dapat tercapai dengan baik dan terlaksana dengan efektif.

Strategi yang diciptakan diharapkan dapat disesuaikan dengan lingkungan internal ataupun eksternal organisasi. Strategi yang mampu menyesuaikan antara kemampuan dan sumber daya organisasi dengan lingkungannya dapat dipastikan mampu untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

## **2.1.6 Pajak**

### **a. Pengertian Pajak**

Pajak merupakan suatu iuran wajib yang dibayarkan oleh rakyat kepada pemerintah yang sifatnya dapat dipaksakan dan tanpa mendapat balas jasa. Pajak menurut Resmi (2013) pajak adalah suatu kewajiban menyerahkan sebagian kekayaan ke kas negara karena suatu kondisi yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan suatu hukuman menurut peraturan yang telah ditetapkan pemerintah, serta dapat dipaksakan tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung yang dipergunakan untuk memelihara kesejahteraan umum. Sedangkan menurut Soemitro (2012) bahwa: “Iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak akan mendapat jasa timbal (kontraprestasi) secara langsung dapat ditunjukan dan yang dipergunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

Menurut Pasal 1 ayat (1) UU KUP adalah “kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak juga dapat dipandang dari berbagai aspek. Dari sudut pandang ekonomi, pajak merupakan penerimaan negara yang digunakan untuk mengarahkan kehidupan masyarakat menuju kesejahteraan. Pajak juga sebagai motor penggerak ekonomi untuk masyarakat. Dari sudut pandang sosiologi ini pajak ditinjau dari segi masyarakat yaitu yang menyangkut dari akibat/dampak terhadap masyarakat atas pungutan dan hasil apakah yang dapat disampaikan kepada masyarakat sendiri. Dari sudut pandang hukum, pajak merupakan masalah keuangan negara, sehingga diperlukan peraturan-peraturan yang digunakan pemerintah untuk mengatur masalah keuangan negaranya. Dari sudut pandang keuangan, pajak dipandang bagian yang sangat penting dalam penerimaan negara.

**b. Fungsi Pajak**

Menurut Mardiasmo (2011), Dua fungsi pajak, yaitu :

1. Fungsi Anggaran (*budgetair*)

Pajak ialah sumber dana bagi pemerintah dalam membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

2. Fungsi mengatur (*regulerend*)

Pajak adalah alat dalam mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi (Mardiasmo, 2011).

**c. Pengertian dan Jenis Pemungutan Pajak di Indonesia**

Pasal 1 Angka 49 UU Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah, “Pemungutan adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak atau retribusi, penentuan besarnya pajak atau retribusi yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak atau retribusi kepada Wajib Pajak atau Wajib Retribusi serta pengawasan penyetorannya”. Pemungutan pajak dilarang diborongkan, setiap wajib pajak harus wajib membayarkan pajak terutang berdasarkan surat ketetapan pajak atau dibayar sendiri oleh wajib pajak berdasarkan peraturan perundang-undangan perpajakan, Adapun jenis pungutan pajak di Indonesia yaitu sebagai berikut:

a. Jenis pajak provinsi terdiri dari:

1. Pajak Kendaraan Bermotor
2. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
3. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
4. Pajak Air Permukaan
5. Pajak Rokok

b. Jenis pajak kabupaten/kota

1. Pajak Hotel
2. Pajak Hiburan
3. Pajak Reklame
4. Pajak Penerangan Jalan
5. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
6. Pajak Parkir

7. Pajak Air Tanah
8. Pajak Sarang Burung Walet
9. Pajak Bumi dan Bangunan
10. Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan

**d. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame**

Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah sebagai berikut ini:

- a) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b) Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- c) Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
- d) Peraturan Daerah Kabupaten/Kota Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.
- e) Peraturan Wali Kota Medan Nomor 12 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota, Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame.

**e. Syarat Pemungutan Pajak**

Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutannya pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut:

a) Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan)

Sesuai dengan tujuan hukumnya, yakni mencapai keadilan, undang-undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuannya masing-masing. Sedangkan adil dalam pelaksanaannya yakni dengan memberikan hak bagi Wajib Pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada majelis pertimbangan pajak.

b) Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (Syarat Yuridis)

Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (Syarat Yuridis) di Indonesia, pajak diatur dalam UUD 1945 pasal 23 ayat 2. hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi negara maupun warganya.

c) Tidak mengganggu perekonomian (Syarat Ekonomis)

Pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelemahan perekonomian masyarakat.

d) Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansial)

Sesuai dengan *budgetair*, biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan untuk lebih rendah dari pemungutannya. Sistem pemungutan pajak harus sederhana sistem pemungutan pajak

yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

#### **f. Sistem Pemungutan Pajak**

Sistem pemungutan pajak menurut kewenangan pungut dan menetapkan besarnya penetapan pajak, yaitu sebagai berikut:

##### **a) *Official Assessment System***

Suatu system pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Berikut ciri-cirinya:

- 1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus.
- 2) Wajib Pajak bersifat Pasif.
- 3) Untang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

##### **b) *Self Assessment System***

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. Berikut ciri-cirinya:

- 1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri.
- 2) Wajib pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang.
- 3) Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi.

**c) *With Holding System***

Suatu system pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

**2.1.7 Pajak Daerah**

**a. Pengertian Pajak Daerah**

Berdasarkan Undang-undang Nomor 12 Tahun 2003 yang terdapat pada Peraturan Daerah Kota Medan tentang Pajak Daerah, yang dimaksud dengan pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Peraturan Daerah Kota Medan No. 12 Tahun 2003 tentang Pajak Daerah).

**b. Peranan Pajak Daerah dalam Mendukung Pembiayaan Daerah**

Pajak daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang sangat penting untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah. Permasalahan yang dihadapi oleh daerah pada umumnya dalam kaitan penggalian sumber-sumber pajak daerah yang merupakan salah satu komponen dari PAD adalah belum adanya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penerimaan secara keseluruhan. Pajak daerah diharapkan dapat menjadi salah satu sumber

pendanaan pemerintah dan pembangunan daerah untuk meningkatkan serta pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Kriteria pajak daerah secara spesifik dapat diuraikan oleh K.J Davey, yang terdiri dari empat hal, yaitu: pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah berdasarkan peraturan daerah sendiri, pajak yang dipungut berdasarkan peraturan Pemerintah Pusat tetapi penetapan tarifnya dilakukan oleh pemerintahan daerah, pajak yang dipungut dan diadministrasikan oleh pemerintah pusat tetapi hasil pungutannya diberikan kepada pemerintah daerah.

Dalam rangka pelaksanaan Otonomi Daerah dan desentralisasi fiskal, Pemerintah Daerah diharapkan memiliki kemandirian yang lebih besar. Akan tetapi saat ini masih banyak masalah yang dihadapi pemerintahan daerah terkait dengan upaya peningkatan penerimaan daerah, antara lain tingginya tingkat kebutuhan daerah (*fiscal need*) yang tidak seimbang dengan kapasitasnya fiskal (*fiscal capacity*) yang dimiliki daerah sehingga menimbulkan *fiscal gap*, belum diketahuinya potensi PAD yang mendekati kondisi riil.

Optimalisasi sumber-sumber PAD perlu dilakukan untuk meningkatkan kemampuan keuangan daerah. Untuk itu, diperlukan intensifikasi dan ekstensifikasi subyek dan obyek pendapatan. Dalam jangka pendek kegiatan yang paling mudah dan dapat segera dilakukan adalah dengan melakukan intensifikasi terhadap obyek atau sumber pendapatan daerah yang sudah ada terutama melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Dukungan teknologi informasi secara terpadu guna mengintensifikasi pajak mutlak diperlukan karena sistem pemungutan pajak yang dilaksanakan selama ini cenderung tidak optimal masalah ini tercermin pada sistem dan prosedur pemungutan yang masih konvensional dan masih banyaknya sistem yang berjalan secara parsial, sehingga besar kemungkinan informasi yang disampaikan tidak konsisten, versi data yang berbeda dan data *up-to-date*. Permasalahan pada sistem pemungutan pajak cukup banyak misalnya: baik dalam hal data wajib pajak/retribusi, penetapan jumlah pajak, jumlah tagihan pajak dan target pemenuhan pajak yang tidak optimal.

Cara yang perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah melalui optimalisasi intensifikasi pemungutan pajak daerah, antara lain dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

a) Memperluas basis penerimaan.

Tindakan untuk dapat memperluas basis penerimaan yang dapat dipungut oleh daerah yang dalam perhitungan ekonomi dianggap potensial, antara lain mengidentifikasi pembayaran pajak baru/potensial dan jumlah pembayaran pajak, memperbaiki basis data objek, memperbaiki penilaian, menghitung kapasitas penerimaan dari setiap jenis pungutan.

b) Memperkuat proses pemungutan.

Upaya yang dilakukan untuk memperkuat proses pemungutan antara lain mempercepat penyusunan Perda, mengubah tarif, khususnya tarif retribusi dan peningkatan dalam SDMnya.

c) Meningkatkan pengawasan.

Meningkatkan pengawasan, antara lain dengan melakukan pemeriksaan secara dadakan dan berkala, memperbaiki proses pengawasan, menerapkan sanksi terhadap penunggakan pajak dan sanksi terhadap pihak fiskus, serta meningkatkan pembayaran pajak dan pelayanan yang diberikan oleh daerah.

d) Meningkatkan efisiensi administrasi dan menekan biaya pemungutan.

Dalam memperbaiki prosedur administrasi pajak melalui penyederhanaan administrasi pajak, meningkatkan efisiensi pemungutan dari setiap jenis pemungutan.

e) Meningkatkan kapasitas penerimaan melalui perencanaan yang lebih baik lagi, hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait di daerah (Khairunnis, 2014).

### **2.1.8 Pajak Reklame**

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

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, pembuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan didengar

dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah (Ridwan,2013).

Berdasarkan Peraturan Tahun 2012 pasal 1 ayat (20) tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame dan Pemasangan Reklame serta Nilai Perolehan Air Tanah menyatakan bahwa yang dimaksud pemungutan pajak reklame dan subjek pajak, penentuan besarnya pajak yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak kepada Wajib Pajak serta pengawasan penyetoran.

#### Reklame Yang Tidak Dikenakan Pajak:

- a) Reklame Partai Politik, Organisasi Kemasyarakatan, Media massa, Pemerintah, Perwakilan Diplomatik, Konsulat.
- b) Non komersial
- c) Reklame Tempat Ibadah dan Pantai Asuhan. (non komersial)
- d) Reklame luas 0,25 m<sup>2</sup> atau kurang pada ketinggian 0 s/d 15 meter.
- e) Reklame yang dibagikan gratis dan berguna bagi penerimannya.

Langkah atau tahap Pengurusan Izin Reklame kecil (Luas < 6 meter persegi) dan Reklame Kain:

- a) Pemohon mengisi formulir SPOPD Reklame dan formulir Pernyataan diberi materai 6.000.
- b) Pemohon menyerahkan formulir dan berkas persyaratan kepada petugas (fotokopi berkas SKPD & izin lama, fotokopi KTP, foto lokasi, Desain reklame, fotokopi PBB, surat izin pemilik tempat).

- c) Petugas melakukan pengecekan dan membuat SKPD Reklame di Komputer sistem reklame.
- d) Pemohon membayar SKPD Pajak Reklame di Kantor Perbendaharaan dan Kas Daerah (Kasda) serta membayar.
- e) Pemohon menyerahkan bukti pembayaran SKPD kepada petugas yang telah divalidasi dan ditanda tangani petugas Kasda.
- f) Petugas membuat Surat Izin Reklame di komputer untuk reklame papan atau kendaraan masa pajak 1 tahun atau lebih.
- g) Pemohon membawa SKPD, Surat Izin dan Penning / Stempel Pajak Reklame.

Keterangan Singkatan:

- 1. SKPD: Surat Keterangan Pajak Daerah.
- 2. SPOPD: Surat Pendaftaran Objek Pajak Daerah.

Tambahan:

- a) Untuk memperpanjang izin reklame caranya tidak jauh berbeda dengan mengurus izin reklame baru.
- b) Pajak reklame pada kendaraan (mobil) ditambah melampirkan STNK mobil dan foto mobil tersebut.
- c) Jenis reklame: papan / billboard, kain, pamflet, poster, stiker, kendaraan, balon udara, megatron, suara, video, dan lain sebagainya.

Objek Pajak Reklame, Penyelenggaraan reklame :

- 1. Reklame papan, billboard, megatron, videotron, *large electronic display* (LED).
- 2. Reklame kain.

3. Reklame melekat / stiker.
4. Reklame selebaran.
5. Reklame berjalan termasuk pula pada kendaraan.
6. Reklame udara.
7. Reklame suara.
8. Reklame film.
9. Reklame peragaan.

**b. Dasar Pengenaan Pajak Reklame (DPP)**

Nilai Sewa Reklame berdasarkan:

- a) Lokasi penempatan reklame yang terbagi atas daerah protokol, ekonomi dan lingkungan (ditetapkan oleh keputusan gubernur).
- b) Jenis reklame.
- c) Jangka waktu peyelenggaraan.
- d) Ukuran media reklame.

Tarif Pajak Reklame yaitu 25% (dua puluh lima persen) dan Rumus Menghitung Pokok Pajak Reklame adalah  $\text{Tarif} \times \text{DPP}$  (Dasar Pengenaan Pajak) Ketentuan Tarif lain:

1. Reklame rokok dan minuman alkohol ditambah 25% dari pokok pajak.
2. Reklame yang menambah ketinggian sampai dengan 15 meter ditambah 20% dari pokok pajak 15 meter pertama.

Nilai Sewa Reklame pada Pajak Reklame:

- a) Reklame kain: umbul-umbul, spanduk dan sejenisnya nilai sewa reklame sama dengan reklame papan.

- b) Reklame tempel atau stiker/*sticker*: Rp. 5 per cm persegi atau sekurang-kurangnya Rp. 500.000 setiap penyelenggaraannya.
- c) Reklame berjalan atau reklame kendaraan: Rp. 5.000 per meter persegi perhari.
- d) Reklame udara: Rp. 2.000.000 perperagaan maksimal 1 bulan.
- e) Reklame suara: Rp. 1.000 per 15 detik.
- f) Reklame film: Rp. 5.000 per 15 detik dengan suara dan Rp. 2.000 per 15 detik tanpa suara.
- g) Reklame peragaan: Rp. 12.000 perhari atau minimal Rp. 400.000 untuk peragaan di luar ruangan yang bersifat permanen dan Rp. 200.000 untuk peragaan yang tidak permanen.
- h) Reklame indoor / dalam ruangan sama seperti pada reklame peragaan namun mendapat potongan 50%.
- i) Reklame papan, billboard, videotron, LED per 1 meter persegi perhari:
  - 1. Protokol A: Rp. 15.000
  - 2. Protokol B: Rp. 10.000
  - 3. Protokol C: Rp. 8.000
  - 4. Ekonomi kelas I: Rp. 5.000
  - 5. Ekonomi kelas II: Rp. 3.000
  - 6. Ekonomi kelas III: Rp. 2.000
  - 7. Lingkungan: Rp.1.000

Penjelasan Tambahan mengenai pajak reklame yaitu:

- a) Pengertian reklame termasuk juga merek, simbol logo perusahaan yang merupakan tanda atau inisial atau lambang perusahaan yang dapat mudah untuk dikenali orang.
- b) Reklame papan: tinsplate, poster, wrapping, dan yang ditempel-tempelkan ke dinding, pagar, tiang dan lain sebagainya.
- c) Reklame kain: bendera, krey laut, kereta api, pesawat udara, dan sebagainya.

### **2.1.9 Pendapatan Asli Daerah**

#### **a. Pengertian Pendapatan Asli Daerah**

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan yang diperoleh Daerah berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan (UU No. 33 Tahun 2004 Pasal 1). PAD merupakan pendapatan daerah yang berasal dari pemanfaatan potensi yang dimiliki Daerah. Dalam era otonomi daerah dituntut untuk mencari alternatif lain yang dapat dipergunakan secara potensial guna meningkatkan pendapatan daerah tidak hanya terus bergantung pada pemerintahan pusat dalam mendanai semua aktivitas didaerahnya. Pemerintah Daerah diharapkan dapat menjalankan roda pemerintahannya secara maksimal untuk melakukan pembangunan daerah dengan cara menggali sumber-sumber keuangan yang memanfaatkan potensi yang dimiliki daerah sebagai PADnya

#### **b. Jenis-jenis Pendapatan Asli Daerah**

Sumber pendapatan daerah terdiri dari:

- a) Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu:

1. Hasil pajak daerah
2. Hasil retribusi daerah
3. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan
4. Lain-lain PAD yang sah
5. Dana perimbangan
6. Lain-lain pendapatan daerah yang sah.

Pajak Daerah dan Retribusi Daerah ditetapkan dengan peraturan daerah. Pemerintahan daerah dilarang melakukan pungutan atau dengan sebutan lain diluar yang telah ditetapkan oleh undang-undang. Hasil pengelolaan kekayaan daerah seperti pada huruf a nomor (3 dan 4) ditetapkan Perda berpedoman pada peraturan perundang-undangan. Dana perimbangan terdiri atas:

1. Dana Bagi Hasil.
2. Dana Alokasi Umum (DAU).
3. Dana Alokasi Khusus (DAK), (UU No.32/2004 Pasal 159).

Dana bagi hasil bersumber dari pajak dan sumber daya alam. Dana Bagi Hasil yang bersumber dari pajak terdiri atas:

1. Pajak Bumi dan Bangunan sektor pedesaan, perkantoran, perkebunan, pertambangan serta kehutanan.
2. Bea Perolehan atas Hak Tanah dan Bangunan (BPHTB).
3. Pajak Penghasilan (PPH) Pasal 21, Pasal 25, dan Pasal 29 wajib pajak orang pribadi dalam negeri.

Dana Bagi Hasil yang bersumber dari Sumber Daya Alam berasal dari:

- a) Penerimaan kahutanan yang berasal iuran Hak Pengusaha Hutan (HPH), Provisi Sumber Daya Hutan (PSDH), dan dana reboisasi yang dihasilkan dari wilayah yang bersangkutan.
- b) Penerimaan pertambangan umum yang berasal dari penerimaan iuran tetap (*landrent*) dan penerimaan iuran eksplorasi dan iuran eksploitasi (*royalty*) yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
- c) Penerimaan perikanan yang diterima secara nasional yang dihasilkan dari penerimaan pungutan pengusaha perikanan dan penerimaan pungutan hasil perikanan.
- d) Penerimaan pertambangan minyak yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
- e) Penerimaan pertambangan gas alam yang dihasilkan dari wilayah daerah yang bersangkutan.
- f) Penerimaan pertambangan panas bumi yang berasal dari penerimaan sektor bagian pemerintahan, iuran tetap dan iuran produksi yang dihasilkan wilayah daerah yang bersangkutan.

DAU dialokasikan berdasarkan persentase tertentu dari pendapatan dalam Negeri netto yang ditetapkan dalam APBN. DAU untuk suatu daerah ditetapkan berdasarkan kriteria tertentu yang menekankan pada aspek pemerataan dan keadilan yang selaras dengan penyelenggaraan urusan pemerintah yang formula dan perhitungan DAU-nya ditetapkan sesuai Undang-Undang (Pasal 161).

DAK dialokasikan dari APBN kepada daerah tertentu pemerintah atas dasar pendanaan pelaksanaan desentralisasi untuk:

1. Mendanai kegiatan khusus yang ditentukan pemerintah atas dasar Prioritas Nasional.
2. Mendanai kegiatan khusus yang diusulkan daerah tertentu. Pendekatan yang digunakan dalam merumuskan Keuangan Negara adalah dari sisi objek, subjek, proses, dan tujuannya.

Dari sisi objek, yang dimaksud dengan Keuangan Negara meliputi semua hak dan kewajiban Negara yang dapat dinilai dengan uang, termasuk kebijakan dan kegiatan dalam bidang fiskal, moneter dan pengelolaan kekayaan Negara yang dipisahkan, serta segala sesuatu baik berupa uang maupun juga barang yang dapat dijadikan milik Negara terkait pelaksanaan hak dan kewajiban.

Dari sisi subjek, yang dimaksud dengan Keuangan Negara meliputi seluruh objek yang telah diuraikan sebelumnya, yang dimiliki Negara dan atau dikuasai oleh Pemerintah Pusat, Pemda, Perusahaan Negara atau Daerah, dan badan lainnya yang juga berkaitan dengan Keuangan Negara.

Dari segi proses, Keuangan Negara mencakup seluruh rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan objek, sebagaimana disebutkan sebelumnya, mulai dari perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan, sampai dengan pertanggungjawaban.

Dari segi tujuan, Keuangan Negara meliputi seluruh kebijakan, kegiatan, dan hubungan hukum yang berkaitan dengan kepemilikan dan penguasaan objek sebagaimana yang disebutkan sebelumnya.

## 2.2 Penelitian Sebelumnya

**Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Kesimpulan
1.	Arisma (2016)	Analisis pemungutan pajak reklame pada dinas pendapatan daerah kota pekanbaru	Pajak reklame dan pendapatan asli daerah (PAD)	Kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Pekanbaru di tahun 2010 mencapai 10,77%, kemudian pada tahun 2011 pencapaian pajak reklame terhadap PAD mengalami penurunan sebesar 4,93% yakni sebesar 5,84%. Kemudian tahun 2012 kontribusi pajak reklame terhadap PAD terjadi penurunan sebesar 1,45% atau mencapai 4,39%
2.	Saddam (2014)	Intensifikasi	Pajak reklame,	Intensifikasi

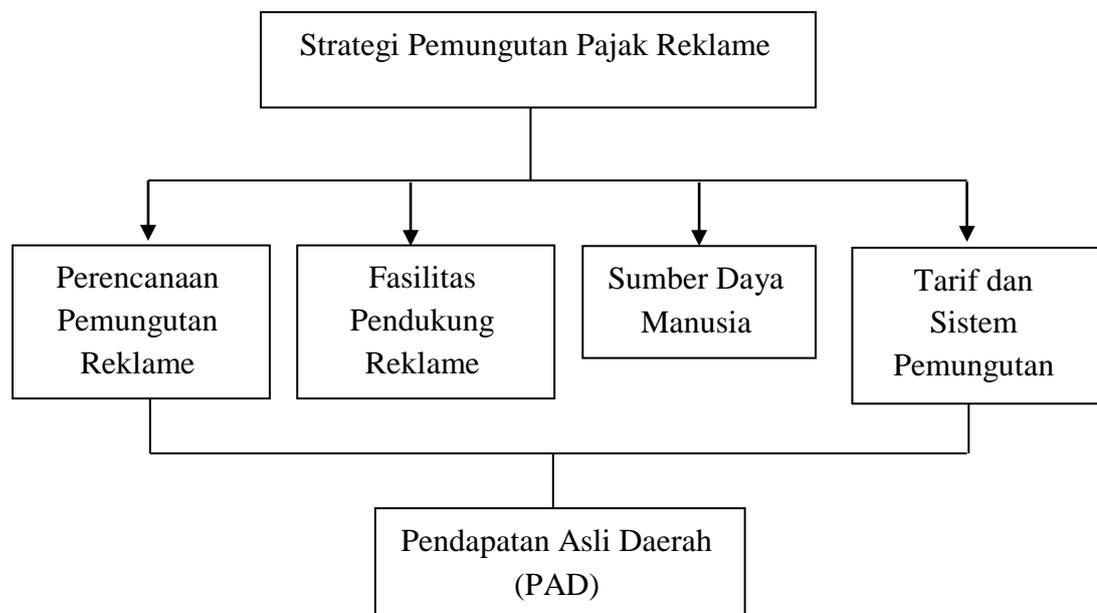
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Kesimpulan
		pemungutan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Bone	kontribusi dan pendapatan asli daerah (PAD)	pemungutan pajak reklame di dinas pendapatan daerah Kabupaten Bone sudah cukup baik dan rata-rata kontribusi pajak reklame dari tahun 2009-2012 sebesar 0,61%
3.	Andi Mahyudi Pawilo (2014)	Analisis kontribusi pajak reklame dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah Kota Makasar	Kontribusi, pajak hotel, pajak reklame dan pendapatan asli daerah (PAD)	Kontribusi penerimaan pajak reklame dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah pada tahun 2009-2013 relatif tidak signifikan karena tren keduanya berbanding terbalik dengan pendapatan asli daerah Kota Makasar yang terus meningkat dalam lima tahun terakhir dan efektivitas penerimaan pajak reklame dan pajak hotel menurun pada lima tahun

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Kesimpulan
				terakhir sehingga belum mampu meningkatkan kontribusi pajak reklame dan pajak hotel terhadap pendapatn asli daerah Kota Makasar
4.	May Shara (2017)	Analisis Anggaran Sebagai Pengawasan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan	Pajak reklame, anggaran pajak reklame, realisasi pajak reklame, selisih dan pengawasan	Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame atau pungutan daerah atas penyelenggaran reklame, pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan mekanisme pengawasan pajak reklame sudah dilakukan dengan maksimal, potensi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan di karenakan banyaknya WP yang tidak paruh pada kewajibannya.
5.	Dian Oktavia (2018)	Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame Terhadap	Pendapatan asli daerah, pajak reklame, efektivitas dan	Kinerja pengelolaan pendapatan asli daerah di kota bukittinggi dari

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Kesimpulan
		Pendapatan Asli Daerah Di Kota Bukittinggi Tahun 2009-2017	kontribusi PAD	<p>tahun 2008-2017 jika dilihat dari sisi efektivitas ternyata masih relatif efektif tinggi. Secara rata-rata tingkat efektifitas kota bukittinggi adalah sebesar 79.35%, hal ini menunjukkan kinerja pendapatan asli daerah di kota bukittinggi sudah efektif.</p> <p>Kinerja pengolahan pendapatan asli daerah di kota bukittinggi dari tahun 2008-2017 jika dilihat dari sisi kontribusinya bisa dikategorikan sangat kurang. Karena hal ini yang didapatkan kurang dari 10%. Rata-rata kontribusi dari tahun 2008-2017 adalah sebesar 1.33%.</p>

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu model yang menjelaskan bagaimana hubungan teori dengan faktor-faktor penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Berdasarkan tinjauan teoritis dan tinjauan penelitian terdahulu yang telah di kemukakan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui penerapan variabel yang diteliti sehingga diperoleh kesimpulan yang berlaku secara umum. Adapun dalam penelitian ini dilakukan strategi pemungutan pajak reklame dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Medan.

#### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Dinas Pertamanan Kota Medan yang merupakan dinas pemerintahan yang berwenang mengelola perpajakan dan Beralamat di JL. Pinang Baris No. 114 B Medan.

##### 3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan pada bulan November 2019 sampai dengan Februari 2020. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan/Tahun											
		November			Januari			Juni			September		
1	Pengajuan Judul												
2	Pembuatan Proposal												
3	Seminar Proposal												
4	Riset												

No	Kegiatan	Bulan/Tahun																	
		November			Januari			Juni			September								
5	Penyusunan Data																		
6	Analisis Data																		
7	Bimbingan Skripsi																		
8	Sidang Meja Hijau																		

Sumber: Penulis (2020)

### 3.3 Populasi dan Sampel/ Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek, subjek, yang mempunyai kualitas dan juga karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pihak yang berada di Dinas Pertamanan Kota Medan.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel diambil dari populasi harus betul-betul *representativ* (mewakili”).

. Sampel pada penelitian ini data pemungutan pajak reklame dari Tahun 2014-2018, sampel ini juga sudah mencakup anggaran penerimaan reklame, realisasi penerimaan pajak reklame dan pencapaian realiasi dari anggaran pajak reklame.

#### 3.3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu Data kualitatif dan kuantatif yang diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data dengan

melakukan wawancara pada pihak berwenang, Data kualitatif berfungsi untuk mengetahui kualitas dari sebuah objek yang akan diteliti sedangkan kuantitatif untuk mengetahui dari sebuah objek yang akan diteliti.

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara penelitian dengan narasumber. Peneliti memperoleh data primer penelitian melalui wawancara dengan pihak personalia.

### 3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### 3.4.1 Variabel Penelitian

Variable dalam penelitian ini adalah strategi pemungutan pajak reklame.

#### 3.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel akan menjelaskan definisi masing-masing variabel disesuaikan dengan konteks penelitian. Definisi operasional dikembangkan dari teori, definisi konseptual, dan merupakan dasar bagi penentuan indikator dalam pengembangan instrumen penelitian.

**Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Strategi	Strategi pemungutan pajak reklame	a. Perencanaan
Pemungutan	adalah rencana rangkaian kegiatan	pemungutan
Pajak Reklame	mulai dari penghimpunan data objek dan subjek pajak atau retribusi pajak reklam, penentuan besarnya pajak atau retribusi yang terutang sampai dengan	b. Sumber daya manusia

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	kegiatan penagihan pajak atau retribusi kepada wajib pajak atau wajib retribusi serta pengawasan penyetoran (Pasal 1 Angka 49 UU Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah)	

*Sumber : Diolah Penulis, 2020*

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2011) “Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara memperoleh data dan keterangan-keterangan yang mendukung dalam penelitian ini”, Teknik pengumpulan data yang sesuai dengan kebutuhan, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara yaitu:

1. Interview atau wawancara, yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan subjek yang berkaitan dengan strategi pemungutan penerimaan pajak reklame dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Medan.
2. Studi dokumentasi, yaitu mempelajari dokumen-dokumen yang terkait dengan masalah atau data penelitian seperti laporan pemungutan penerimaan pajak reklame pada Dinas Pertamanan Kota Medan.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini, menggunakan beberapa teknik analisis data yaitu analisis pertumbuhan dan kontribusi, analisis rasio efektivitas dan efisiensi serta analisis perumusan strategi pemungutan penerimaan pajak reklame.

### 3.6.1. Analisis Pertumbuhan dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame

#### a. Laju Pertumbuhan Penerimaan Pajak Reklame.

Analisis ini dirumuskan sebagai berikut (Ratdiananto 2016):

$$Gt = \frac{Yrt - (t - 1)}{(t - 1)} \times 100\%$$

Keterangan:

- Gt : Tingkat Laju Pertumbuhan pajak reklame  
 Yrt : Realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun tertentu  
 Yrt (t-1) : Realisasi penerimaan pajak reklame tahun sebelumnya

Dengan dilakukan perhitungan laju pertumbuhan, maka dapat diketahui seberapa berhasilkah Pemerintah Daerah Kota Medan dalam melakukan pemungutan penerimaan pajak reklame dengan melihat dari kriteria prosentase keberhasilan pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3 Kriteria Laju Pertumbuhan**

Prosentase	Kriteria
0 % - 30 %	Tidak Berhasil
30 % - 55 %	Kurang Berhasil
55 % - 70 %	Cukup Berhasil
70 % - 85 %	Berhasil
85 % - 100 %	Sangat Berhasil

Sumber: (Halim 2004)

#### b. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah

Analisis ini dirumuskan sebagai berikut (Ratdiananto 2016):

Dengan menerapkan rumus tersebut pada data yang tersedia maka dapatlah suatu gambaran yang menjelaskan pengaruh maupun hubungan antara variabel-variabel yang diteliti penulis.

$$P = \frac{X_n}{Y_n} \times 100 \%$$

Keterangan:

P : Kontribusi penerimaan pajak reklame

X<sub>n</sub> : Jumlah realisasi penerimaan pajak reklame tahun tertentu

Y<sub>n</sub> : Jumlah realisasi penerimaan pajak daerah tertentu

Dengan dilakukan perhitungan kontribusi, maka dapat diketahui berapa besar kontribusi yang diberikan pajak reklame terhadap pajak daerah di Kota Medan sesuai dengan kriteria prosentase pada tabel 3.4.

**Tabel 3.4 Kriteria Kontribusi**

<b>Prosentase</b>	<b>Kriteria</b>
0,00 % - 10 %	Sangat Kurang
10,10 % - 20 %	Kurang
20,10 % - 30 %	Sedang
30,10 % - 40 %	Cukup Baik
40,10 % - 50 %	Baik
Diatas 50 %	Sangat Baik

Sumber: (Hakim 2013)

### **3.6.2. Analisis Rasio Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame**

#### **a. Rasio Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame**

Analisis rasio efektivitas digunakan untuk dapat mengetahui tingkat efektivitas Pemerintah Daerah dalam melakukan

pemungutan penerimaan pajak reklame dengan melihat dari total realisasi pajak reklame pada tahun tertentu dibagi dengan target pajak reklame yang telah ditetapkan pada tahun tertentu. Rasio efektifitas ini dirumuskan sebagai berikut (Erawati 2016):

$$\text{Tingkat efektifitas} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Target Pajak Reklame}} \times 100\%$$

Dengan dilakukan perhitungan rasio efektifitas, maka dapat diketahui beberapa tingkat efektifitas dari penerimaan pajak reklame di Kota Medan dengan kriteria prosentase pada tabel 3.5.

**Tabel 3.5 Kriteria Efektifitas**

<b>Prosentase</b>	<b>Kriteria</b>
Diatas 100 %	Sangat Efektif
90 % - 100 %	Efektif
80 % - 90 %	Cukup Efektif
60 % - 80 %	Kurang Efektif
Kurang dari 60 %	Tidak Efektif

Sumber: (Mahmudi 2010)

### **3.6.3. Analisis Perumusan Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame**

*Analitycal Heirarchy Process* (AHP) merupakan suatu analisis yang memungkinkan kita untuk mengambil keputusan yang efektif atas persoalan kompleks dengan jalan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan yang alami. Dalam merumuskan strategi kebijakan, wawancara dilakukan kepada pejabat di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Medan, Dinas Pertamanan Kota Medan dan Pengusaha serta Pengelolaan Reklame di Kota Medan. Hirarki yang disusun

adalah lima level yang terdiri atas *Goal*, Tiga pelaku, Lima kendala, Dan lima alternatif strategi.

Berdasarkan uraian diatas indikator dalam Strategi Pemungutan Pajak Reklame terdiri dari:

1. Perencanaan pemungutan pajak reklame.
2. Fasilitas pendukung kegiatan pajak reklame.
3. Sumber daya manusia.
4. Tarif dan sistem pemungutan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Umum Dinas Pertamanan Kota Medan**

Dinas Pertamanan adalah unsur pelaksana Pemerintah Kota Medan dalam bidang pertamanan yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Daerah melalui Sekretaris Daerah. Dinas Pertamanan Kota Medan dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kotamadya Tingkat II Medan No. 20 Tahun 1978 Tentang Pembentukan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pertamanan Kota Medan dan pelaksanaannya berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Tanggal 2 Juli 1979 No.207/SK/1979 dan kemudian diubah dengan Peraturan Daerah No. 8 Tahun 1987 dan pelaksanaannya dengan Surat Keputusan Walikota Medan No.188.324/SK/1987 Tanggal 29 Agustus 1987 yang berlaku sejak Tanggal 27 Juli 1987. Bentuk Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pertamanan Kota Medan diubah kembali dengan berpedoman pada Keputusan Menteri Dalam Negeri dan Otonomi Daerah No. 50 Tahun 2000, tentang pedoman Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah, telah dibentuk dalam Organisasi dan Tata Kerja Dinas-Dinas Daerah dilingkungan Pemerintah Kota Medan dengan Peraturan Daerah Kota Medan No. 4 Tahun 2001 tentang Pembentukan Organisasi dan

Tata Kerja Dinas-Dinas daerah dilingkungan Pemerintah Kota Medan. Dalam melaksanakan sebagian urusan tugas pokok dan prinsip koordinasi integrasi dan sinkronisasi secara vertikal maupun horizontal untuk memenuhi hal tersebut maka tugas pokok dan fungsi Dinas Pertamanan Kota Medan diatur dan ditetapkan dalam Surat Keputusan Walikota Medan No. 18 Tahun 2002 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pertamanan Kota Medan.

#### **Visi dan Misi Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan**

Visi Dinas Pertamanan Kota Medan yaitu **“Mewujudkan Tertatanya Ruang Terbuka Hijau, Penerangan Jalan Umum dan Reklame Serta Keindahan Kota Sebagai Implementasi Medan Kota Ibadah Maju dan Religius”**

Misi dari Dinas Pertamanan Kota Medan Adalah:

- a. Membangun, Menata dan Memelihara ruang terbuka hijau sesuai kebutuhan kota
- b. Meningkatkan keindahan kota melalui penataan elemen sarana pertamanan, dekorasi kota dan Penerangan Jalan Umum (PJU)
- c. Mengoptimalkan pelayanan Penerangan Jalan Umum (PJU)

- d. Mengoptimalkan perolehan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pengelolaan Pajak Penerangan jalan, Reklame, Pemakaman dan Retribusi lainnya

#### **4.1.2 Struktur Organisasi Dinas Pertamanan Kota Medan**

Struktur Organisasi Dinas Pertamanan Kota Medan adalah sebagai berikut ini :

- a. Kepala Dinas
- b. Bagian Tata Usaha, terdiri dari
  - 1) Subbagian Umum
  - 2) Subbagian Kepegawaian
  - 3) Subbagian Keuangan
  - 4) Subbagian Perlengkapan
- c. Subbagian Perencanaan Pengembangan terdiri dari:
  - 1) Seksi Perencanaan Taman
  - 2) Seksi Perencanaan Makam
  - 3) Seksi Perencanaan Listrik/Air Sirkulasi
  - 4) Seksi Perencanaan Reklame
- d. Subbagian Taman/Makam terdiri dari:
  - 1) Seksi Pembibitan/Penghijauan
  - 2) Seksi Taman/Dekorasi
  - 3) Seksi Makam

- e. Sub Dinas Listrik/Air Sirkulasi terdiri dari:
  - 1) Seksi Lampu Penerangan Jalan Sektor A
  - 2) Seksi Lampu Penerangan Jalan Sektor B
  - 3) Seksi Lampu Penerangan Jalan Sektor C
  - 4) Seksi Lampu Taman/Air Sirkulasi
- f. Sub Dinas Reklame terdiri dari:
  - 1) Seksi Perizinan
  - 2) Seksi Operasional
  - 3) Seksi Evaluasi
- g. Sub Dinas Pengawasan terdiri dari:
  - 1) Seksi Pengawasan Taman
  - 2) Seksi Pengawasan Makam
  - 3) Seksi Pengawasan Listrik/Air Sirkulasi
  - 4) Seksi Pengawasan Reklame
- h. Kelompok Jabatan fungsional

#### **4.1.4 Uraian Fungsi Dinas Pertamanan Kota Medan**

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan No. 18 Tahun 2002 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pertamanan Kota Medan, maka Dinas Pertamanan mempunyai fungsi :

- 1) Merumuskan dan melaksanakan kebijakan teknis dibidang pertamanan dan keindahan kota

- 2) Memberikan bimbingan dan pengarahan terhadap instansi pemerintah, swasta serta masyarakat bidang pertamanan dalam rangka meningkatkan kebersihan, ketertiban, kerapian dan keindahan
  - 3) Menyediakan tanah perkuburan umum, menyelenggarakan pengangkutan jenazah, melayani penguburan serta merawat kuburan-kuburan umum milik Pemerintah Daerah
  - 4) Menyenggarakan pembangunan, perawatan taman-taman kota, pohon-pohon pelindung, tempat-tempat rekreasi umum, lampu-lampu penerangan jalan/jalur hijau, lapangan olahraga berikut bangunannya
  - 5) Mengelola izin reklame, mengatur letak, bentuk dan penempatan untuk sarana dan dekorasi kota ditinjau dari teknis kebersihan, ketertiban, kerapian dan keindahan
  - 6) Melaksanakan seluruh kewenangan yang ada sesuai dengan bidang tugasnya
  - 7) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Daerah
- a. Bagian Tata Usaha

Fungsi dari Bagian Tata Usaha pada Dinas Pertamanan Kota Medan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun rencana kegiatan kerja

- 2) Mengelola urusan administrasi kepegawaian
- 3) Mengelola urusan keuangan dan perbendaharaan serta rencana penyusunan laporan keuangan
- 4) Mengelola urusan perlengkapan, kerumah tanggaan dan pengadaan barang
- 5) Melaksanakan pengelolaan urusan surat menyurat dan urusan umum lainnya
- 6) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya

b. Sub Dinas Perencanaan Pengembangan

Fungsi dari Sub Dinas pada Dinas Pertamanan Kota Medan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun rencana kegiatan kerja
- 2) Mengumpulkan bahan dan data dibidang perencanaan pengembangan taman, makam, listrik/air sirkulasi dan reklame
- 3) Melaksanakan penelitian dan perencanaan pembangunan dan pengembangan taman dan makam ditinja dari sudut teknis dan keindahan kota
- 4) Melaksanakan penelitian dan perencanaan pemasangan lampu jalan, lampu taman dan air sirkulasi ditinjau dari sudut teknis dan keindahan kota

- 5) Melaksanakan penelitian dan perencanaan terhadap penempatan reklame/spanduk, gambar-gambar reklame yang dipasang
- 6) Menyusun rencana pemanfaatan lapangan terbuka untuk tempat rekreasi, penghijauan, pembibitan dan lapangan olah raga ditinjau dari sudut teknis dan keindahan kota
- 7) Menyusun rencana pemanfaatan lapangan terbuka untuk tempat pemakaman umum
- 8) Mengevaluasi pelaksanaan perencanaan dibidang taman, makam, listrik/air sirkulasi dan reklame
- 9) Memberi saran dalam rangka pelaksanaan penelitian perencanaan pengembangan
- 10) Melaporkan kegiatan pelaksanaan tugas
- 11) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya

c. Sub Dinas Taman/Makam

Fungsi dari Sub Dinas Taman/Makan, pada Dinas Pertamanan Kota Medan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun rencana kegiatan kerja
- 2) Mengumpulkan bahan dan data dibidang taman dan makam
- 3) Melaksanakan kegiatan pembibitan pohon penghijauan dan taman hias

- 4) Melaksanakan penghijauan kota termasuk tepi jalan, sungai dan perawatan pohon-pohon tua dan muda
- 5) Melaksanakan perawatan taman, lapangan olah raga dan pulau-pulau jalan
- 6) Melaksanakan penyingkiran sampah-sampah taman
- 7) Melaksanakan kegiatan dekorasi kota secara umum dan dekorasi pada lokasi upacara tertentu
- 8) Melaksanakan pelayanan pengangkutan jenazah
- 9) Melaksanakan pelayanan pemakaman untuk lokasi perkubuan milik Pemerintah Kota
- 10) Menyelenggarakan perawatan area makam
- 11) Mengevaluasi pelaksanaan kerja dibidang taman dan makam
- 12) Memberikan saran dalam rangka pelaksanaan kegiatan dibidang taman dan makam
- 13) Melaporkan kegiatan pelaksanaan tugas
- 14) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugasnya

d. Sub Dinas Listrik/Air Sirkulasi

Fungsi dari Sub Dinas Listrik/Air Sirkulasi pada Dinas Pertamanan Kota Medan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun rencana kegiatan kerja
- 2) Mengumpulkan bahan dan data dibidang listrik/air sirkulasi

- 3) Melaksanakan pengadaan/perawatan lampu-lampu penerangan jalan/taman, jalur hijau, lapangan olah raga dan bangunan-bangunan milik Pemerintah Daerah agar tetap berfungsi
- 4) Melaksanakan pengawasan terhadap pemakaian listrik
- 5) Melaksanakan pengadaan/perawatan dan pengontrolan air sirkulasi di taman dan gedung agar tetap berfungsi
- 6) Mengevaluasi pelaksanaan kerja dibidang listrik/air sirkulasi
- 7) Memberikan saran dalam rangka pelaksanaan kegiatan dibidang listrik/air sirkulasi
- 8) Melaporkan kegiatan pelaksanaan tugas
- 9) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya

e. Sub Dinas Reklame

Fungsi dari Sub Dinas Reklame pada Dinas Pertamanan Kota Medan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun rencana kegiatan kerja
- 2) Mengumpulkan bahan dan data dibidang reklame
- 3) Melaksanakan pengaturan letak, bentuk dan penempatan reklame untuk sarana dan dekorasi kota ditinjau dari teknik keindahan
- 4) Mengkoordinasikan pembongkaran reklame yang bertentangan dengan izin yang berlaku
- 5) Mendata dan mengevaluasi izin yang berjalan dan telah mati

- 6) Mengevaluasi pelaksanaan kerja dibidang reklame
- 7) Memberikan saran dalam rangka pelaksanaan kegiatan dibidang reklame
- 8) Melaporkan kegiatan pelaksanaan tugas
- 9) Melaksanakan tugas-tugas lin yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidangnya

f. Sub Dinas Pengawasan

Fungsi dari Sub Dinas Pengawasan pada Dinas Pertamanan Kota Medan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun rencana kegiatan kerja
- 2) Mengumpulkan bahan dan data dibidang pengawasan taman, makam
- 3) Melaksanakan pengawasan terhadap kegiatan pembangunan taman, makam, listrik/air sirkulasi dan reklame
- 4) Melaksanakan pengawasan terhadap bangunan-bangunan yang mengandung nilai sejarah
- 5) Mengevaluasi pelaksanaan kerja dibidang pengawasan
- 6) Memberikan saran dalam rangka pelaksanaan kegiatan dibidang pengawasan
- 7) Melaporkan kegiatan pelaksanaan tugas
- 8) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya

g. Kelompok Jabatan Fungsional

Fungsi dari Unit Pelaksanaan Teknis pada Dinas Pertamanan Kota Medan adalah pembentukan, nomenklatur, tugas pokok dan fungsi unit teknis ditetapkan oleh lebih lanjutnya dengan peraturan walikota.

#### 4.1.5 Analisis Hasil Penelitian

##### a. Kinerja Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame

Laju pertumbuhan penerimaan pajak reklame, dengan dilakukan perhitungan laju pertumbuhan maka dapat diketahui seberapa berhasilkah Pemerintah Kota Medan dalam melakukan pemungutan pajak reklame dengan menggunakan rumus dan melihat dari kriteria persentase pada tabel 4.1

$$G_t = \frac{Y_{rt} - (t - 1)}{(t - 1)} \times 100\%$$

Keterangan:

$G_t$  : Tingkat Laju Pertumbuhan pajak reklame

$Y_{rt}$  : Realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun tertentu

Yrt (t-1) : Realisasi penerimaan pajak reklame tahun  
sebelumnya

**Tabel 4.1 Kriteria Laju pertumbuhan**

Prosentase	Kriteria
85 % - 100 %	Sangat Berhasil
70 % - 85 %	Berhasil
55 % - 70 %	Cukup Berhasil
30 % - 55 %	Kurang Berhasil
Kurang Dari 30 %	Tidak Berhasil

Sumber: (Halim 2007)

Berdasarkan perhitungan laju pertumbuhan penerimaan Kota Medan, laju pertumbuhan yang dicapai masih belum optimal setiap tahunnya. Berikut adalah data laju pertumbuhan penerimaan pajak reklame pada tabel 4.2

**Tabel 4.2 Laju Pertumbuhan Pajak Reklame Kota Medan Tahun 2014-2018**

Tahun	Reklame Kain (Spanduk/Banner/Umbul2) Realisasi (Rp)	%	Reklame Kendaraan Berjalan Realisasi (Rp)	%	Total Pajak Realisasi (Rp)	%
<b>2014</b>	1.248.165.502	-	110.458.125	-	1.358.623.637	-
<b>2015</b>	573.780.250	(54,11)	286.258.694	15,91	1.358.623.627	(36,77)

Tahun	Reklame Kain (Spanduk/Banner/Umbul2) Realisasi (Rp)	%	Reklame Kendaraan Berjalan Realisasi (Rp)	%	Total Pajak Realisasi (Rp)	%
2016	641.736.569	12,04	342.773.742	19,75	859.028.944	14,56
2017	914.382.424	42,48	341.929.060	(0,25)	1.256.311.484	21,63
2018	1.373.552.601	50,21	85.001.908	(75,14)	1.458.554.509	1,61
	<b>Rata-Rata</b>	<b>10,12</b>	<b>Rata-Rata</b>	<b>7,95</b>	<b>Rata-Rata</b>	<b>1,03</b>

Berdasarkan tabel 4.2, terlihat bahwa pertumbuhan penerimaan pajak reklame mengalami fluktuasi setiap tahunnya dan bernilai positif dengan rata-rata 1,03 % dengan kriteria tidak berhasil. Pertumbuhan tertinggi pada tahun 2017 , dimana Kota Medan menjadi target bagi para pengusaha untuk melakukan pemasangan reklame terhadap produk-produknya.

**b. Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan**

Kontribusi adalah sesuatu yang diberikan bersama-sama dengan pihak lain untuk tujuan biaya atau kerugian tertentu atau bersama. Sehingga kontribusi yang dimaksud dapat diartikan sebagai sumbangan yang diberikan oleh pendapatan pajak reklame atas pajak daerah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah.

Dengan dilakukan perhitungan kontribusi, maka dapat diketahui berapa besar kontribusi yang diberikan pajak reklame terhadap pendapatan

asli daerah Kota Medan sesuai dengan rumus dan kriteria persentase pada tabel 4.3

$$P = \frac{X_n}{Y_n} \times 100 \%$$

Keterangan:

P : Kontribusi penerimaan pajak reklame

X<sub>n</sub> : Jumlah realisasi penerimaan pajak reklame tahun tertentu

Y<sub>n</sub> : Jumlah realisasi penerimaan pajak daerah tertentu

**Tabel 4.3 Kriteria Kontribusi**

<b>Prosentase</b>	<b>Kriteria</b>
0 % - 10 %	Sangat Kurang
11 % - 20 %	Kurang
21 % - 30 %	Sedang
31 % - 40 %	Cukup Baik
41 % - 50 %	Baik
Diatas 50 %	Sangat Baik

Sumber: Tim Litbang Depdagri-Fisipol UGM

(Handoko:2013)

Berikut adalah data kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Medan, pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4 Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan**

<b>Tahun</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Realisasi Pendapatan Asli Daerah (Rp)</b>	<b>Kontribusi (Rp)</b>
<b>2014</b>	10.709.910.917	522.423.349.626	20,50
<b>2015</b>	3.551.947.419	1.411.775.146.897	0,25
<b>2016</b>	17.508.256.230	1.535.309.574.014	1,14
<b>2017</b>	22.310.560.324	1.739.756.922.633	1,28
<b>2018</b>	13.766.232.677	1.636.204.514.683	0,84
<b>Rata- Rata</b>			<b>4,80</b>

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa pajak reklame mempunyai kontribusi positif didalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di Kota Medan dengan rata-rata 4,80 % dengan kriteria sangat kurang.

**c. Tingkat Efektifitas Pajak Reklame Kota Medan**

Efektifitas adalah ukuran berhasil tidaknya sesuatu organisasi dalam mencapai tujuan. Apabila sesuatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dapat dikatakan berjalan dengan efektif. Efektifitas pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah dihitung dengan membandingkan tingkat realisasi pajak reklame dengan target pajak reklame.

Dengan dilakukan perhitungan rasio efektifitas, maka dapat diketahui berapa besar tingkat efektifitas dari penerimaan pajak reklame di Kota Medan. Dengan rumus dan kriteria persentase pada tabel 4.5

$$\text{Tingkat efektifitas} = \frac{\text{Realisasi Pajak Reklame}}{\text{Target Pajak Reklame}} \times 100\%$$

**Tabel 4.5 Kriteria Efektivitas**

<b>Prosentase</b>	<b>Kriteria</b>
Diatas 100 %	Sangat Efektif
90 % - 100 %	Efektif
80 % - 90 %	Cukup Efektif
60 % - 80 %	Kurang Efektif
Kurang dari 60 %	Tidak Efektif

Sumber: (Mahmudi 2010)

Berikut adalah hasil perhitungan dari realisasi pajak reklame dengan tareget pajak reklame yang disajikan pada tabel 4.6

**Tabel 4.6 Tingkat Efektivitas Pajak Reklame Kota Medan 2014-2018**

<b>Tahun</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Target Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Efektivitas Pajak Reklame (%)</b>
<b>2014</b>	10.709.910.917	35.308.417.000	21,81

<b>Tahun</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Target Pajak Reklame (Rp)</b>	<b>Efektifitas Pajak Reklame (%)</b>
<b>2015</b>	3.551.947.419	49.095.950.000	7,23
<b>2016</b>	17.508.256.230	89.852.375.000	19,49
<b>2017</b>	22.310.560.324	94.560.572.000	23,64
<b>2018</b>	13.766.232.677	107.229.883.724	12,84
<b>Rata-Rata</b>			<b>17,00</b>

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa rata-rata dari efektifitas pajak reklame Kota Medan 17,00 %. Ini membuktikan bahwa tingkat efektifitas dari penerimaan pajak reklame Kota Medan dapat dikategorikan tidak efektif.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1. Tingkat Pertumbuhan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan**

Pemungutan penerimaan pajak reklame merupakan suatu rangkaian kegiatan dari penghimpunan data objek pajak reklame dan subjek pajak atau juga retribusi, penentuan besarnya pajak reklame atau retribusi pajak reklame yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak dan retribusi kepada wajib pajak dan wajib retribusi serta pengawasan penyetoran

Dasar hukum pemungutan pajak reklame diatur berdasarkan Peraturan Pemerintah 65 Tahun 2001 tentang pajak daerah dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang mengatur tentang pajak reklame.

Berdasarkan tabel 4.2 pertumbuhan penerimaan pajak reklame belum secara optimal dalam melakukan pemungutan penerimaan pajak reklame dengan hanya mencapai target sebesar 1,03 %. Pada tahun 2014 pertumbuhan penerimaan pajak reklame persentasenya sebesar Selanjutnya dari kontribusi yang diberikan (36,77) %. Pada tahun 2015 pertumbuhan penerimaan pajak reklame sebesar 14,56 %. Pada tahun 2016 pertumbuhan penerimaan pajak reklame sebesar 21,63 %. Dan pada tahun 2017 pertumbuhan penerimaan pajak reklame sebesar 21,63 %. Sedangkan pada tahun 2018 pertumbuhan penerimaan pajak reklame sebesar 1,61 %.

Dari kontribusi pada tabel 4.4 pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah masih jauh dari kata efektif dengan hanya mencapai rata-rata sebesar 4,80 %. Pada tahun 2014-2018 penerimaan pajak reklame terus mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Namun kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame belum secara optimal dalam meningkatkan pendapatan asli daerah seperti yang diinginkan Pemerintah Kota Medan. Dimana kontribusi yang diberikan oleh pajak reklame untuk tahun 2014 persentasenya sebesar 20,50 %. Untuk tahun 2015 kontribusi yang diberikan pajak reklame sebesar 0,25%. Pada tahun 2016 kontribusi

yang diberikan pajak reklame sebesar 1,14 %. Dan untuk tahun 2017 kontribusi yang diberikan pajak reklame sebesar 1,28 %. Sedangkan pada tahun 2018 kontribusi penerimaan pajak reklame sebesar 0,84 %. Angka-angka penerimaan pajak reklame tersebut sangatlah rendah dalam memberikan kontribusi untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, jika dibandingkan dengan target yang diberikan pemerintah daerah setiap tahunnya, namun pajak reklame ini bukanlah merupakan penyumbang terbesar kontribusi yang utama pada Pendapatan Asli Daerah.

#### **4.2.2. Langkah-langkah Prioritas Melaksanakan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Medan**

Berdasarkan Perda Nomor 4 Tahun 2011 pelaksanaan pemungutan pajak yaitu:

- A. Wajib pajak menyetor sendiri pajaknya ke Dinas Pertambangan Kota Medan.
- B. Pajak dipungut berdasarkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD).

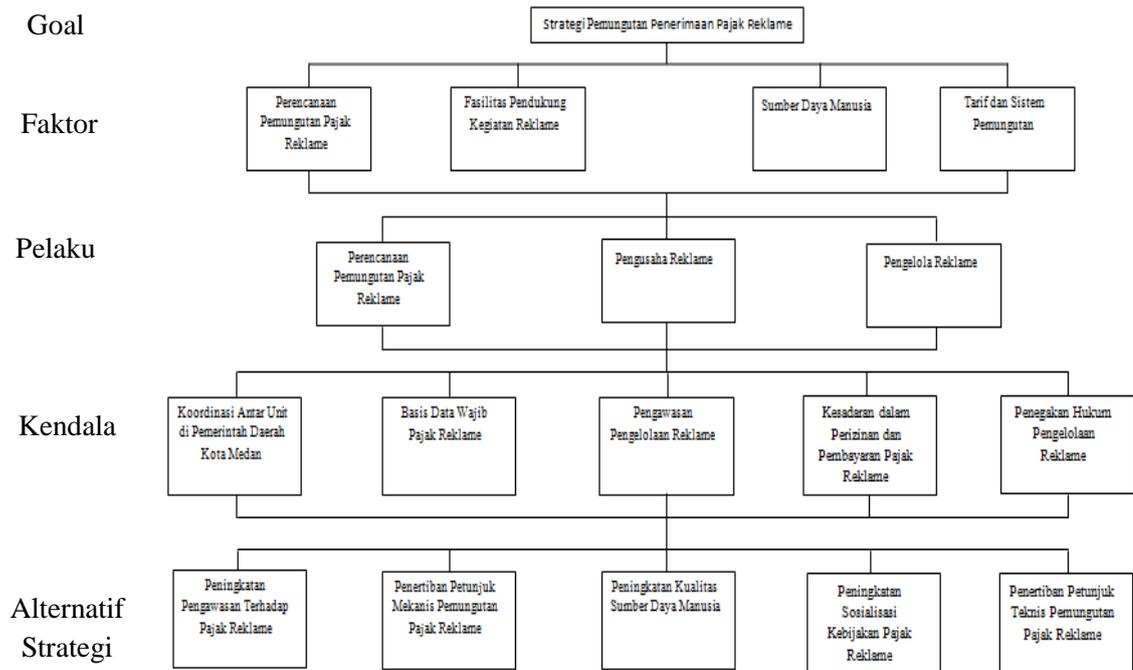
Dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame kota medan, kota medan menggunakan langkah-langkah yang telah ditetapkan sebagai berikut:

1. Pihak Dinas Pertambangan Kota Medan melakukan pendataan dan pendaftaran wajib pajak.

2. Penetapan pajak.
3. Pembukuan dan Pelaporan.
4. Penyetoran dan Penagihan.

#### **4.2.3. Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan**

Berdasarkan dari wawancara yang dilakukan, Pemerintah Kota Medan masih membutuhkan penambahan jumlah pegawai untuk pelaksanaan pemungutan penerimaan pajak reklame dan juga dalam pelayanan dan pengawasan. Kualitas dari pegawai yang sudah ada juga harus ditingkatkan pemahaman tentang petunjuk teknis tentang pemungutan penerimaan pajak reklame. Pelaksanaan pelayanan juga harus lebih ditingkatkan terutama dalam hal pengawasan sebaiknya diciptakan suatu sistem yang berbasis data untuk lebih mudah diawasi. Dari segi sumber daya manusia, dalam hal ini pengusaha-pengusaha diberikan sosialisasi tentang pajak reklame, agar terhindar terjadinya kesalahpahaman dari pihak pengusaha mengenai mekanisme perizinan dan pemasangan papan reklame.



Gambar 4.1 Hirarki Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Kota Medan

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis rasio pertumbuhan dan kontribusi, maka penulis menyimpulkan bahwa kinerja pemungutan penerimaan pajak reklame masih belum optimal. Maka dari itu Pemerintah daerah Kota Medan perlu lebih memperbaiki perencanaan dan memperhatikan pengelolaan pemungutan penerimaan guna menanggulangi permasalahan yang ada, seperti memperbaiki program data pemungutan penerimaan pajak reklame, kurangnya ketegasan pihak petugas pemungutan dalam melakukan proses pemungutan dan lemahnya pengawasan mengenai pajak reklame.
2. Berdasarkan rasio efektifitas, upaya pemerintah Kota Medan dalam pemungutan pajak reklame masih belum berjalan dengan maksimal. Sehingga masih perlu aspek yang perlu segera diperbaiki yaitu pada sumber daya manusia dan fasilitas pendukung untuk mempermudah petugas dalam melaksanakan tugasnya.
3. Berdasarkan analisis penulis urutan langkah-langkah prioritas pemungutan pajak reklame Kota Medan yaitu pihak Dinas Pertamanan, penetapan pajak, pembukuan dan pelaporan, penyetoran dan penagihan.

## 4.2 Saran

Beberapa saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Dinas Pertamanan

- A. Dapat lebih memperbaiki akurasi data wajib pajak dan objek-objek pajak pada pajak reklame dan dapat bekerja sama yang baik dengan pengusaha-pengusaha reklame agar terjalin kerja sama yang lebih baik lagi kedepannya, Dalam menetapkan target pajak sebaiknya pemerintah Kota Medan harus memperhatikan potensi pajak reklame yang dapat tercapai, sehingga dapat menjadi suatu pacuan kepada petugas untuk dapat memaksimalkan dalam pemungutan pajak reklame yang telah ditetapkan.
- B. Dalam meningkatkan perolehan pajak reklame, pemerintah kota medan harus lebih memperketat lagi dalam meningkatkan pengawasan, pelayanan pemungutan pajak reklame, penertiban petunjuk teknis mekanisme pemungutan pajak reklame, peningkatan sumber daya manusia dan peningkatan sosialisasi kebijakan pajak.
- C. Lebih memaksimalkan lagi kemajuan teknologi dalam melakukan pemasangan iklan dengan menggunakan media elektronik sehingga pengusaha-pengusaha lebih tertarik untuk memasarkan iklannya di papan reklame.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai salah satu referensi dan penelitian selanjutnya lebih memanfaatkan

variabel bebas lebih dari satu sehingga dapat diketahui variabel yang dominan

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Abdul Halim. 2007. *Akuntansi Sektor Publik*. Akuntansi Keuangan Daerah Jakarta: Salemba Empat.
- Arisma. 2016. *Analisis Pemungutan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru*.
- Godfrey, Jayne, Allan Hodgson, Ann Tarca, Jane Hamilton, and Scott
- Holmes. *Accounting Theory*, 7<sup>th</sup>Ed. John Wiley & Sons. 2010.
- Halim A. 2004. *Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta (ID): UPP AMP YKPN.
- Mahmudi. 2010. *Manajemen Keuangan Daerah*. Jakarta (ID): Erlangga. Mardiasmo. 2011. *Perpajakan: Edisi Revisi Tahun 2011*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Resmi, Siti, 2013. *Perpajakan Teori dan kasus*. Jakarta: Salemba.
- Shara, May. (2018). *Analisis Anggaran sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame pada Dinas Pendapatan Asli Daerah Kota Medan*.
- Siagian, Sondang P. (2013). *Perpajakan Indonesia*. Edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Soemitro, Rochmat. (2012). *Ensiklopedia Perpajakan*, Salemba Empat, Jakarta.

### JURNAL :

- Adil, E., Nasution, M. D. T. P., Samrin, S., & Rossanty, Y. (2017). *Efforts to Prevent the Conflict in the Succession of the Family Business Using the Strategic Collaboration Model*. Business and Management Horizons, 5(2), 49-59
- Andika, R. (2019). *Pengaruh Motivasi Kerja dan Persaingan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pada Pegawai Universitas Pembangunan Panca Budi Medan*. JUMANT, 11(1), 189-206.
- Ardian, N. (2019). *Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB*. JEpa, 4(2), 119-132.

- Aspan, H., Fadlan, dan E.A. Chikita. (2019). “*Perjanjian Pengangkutan Barang Loose Cargo Pada Perusahaan Kapal Bongkar Muat*”. *Jurnal Soumatera Law Review*, Volume 2 No. 2, pp. 322-334.
- Daulay, M. T. (2019). *Effect of Diversification of Business and Economic Value on Poverty in Batubara Regency*. *KnE Social Sciences*, 388-401.
- Febrina, A. (2019). *Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak Di Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek)*. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(1), 55-65.
- Handoko, Sri. 2013. *Analisis Tingkat Efektifitas Pajak Daerah sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Pontianak*. *Jurnal Ekonomi Daerah*. Volume I, No. 1 2013
- Hidayat, R. (2018). *Kemampuan Panel Auto Regressiv Distributed Lag Dalam Memprediksi Fluktuasi Saham Property And Real Estate Indonesia*. *JEpa*, 3(2), 133-149.
- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., ... & Tarigan, A. S. P. (2019, March). *UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index*. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing.
- Khairunnisa. *Pajak Hotel dan Pajak Restoran sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Studi Kasus: Kota Bandung)*. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. Vol. 22 No. 3. (Desember 2011).
- Malikhah, I. (2019). *Pengaruh Mutu Pelayanan, Pemahaman Sistem Operasional Prosedur Dan Sarana Pendukung Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi*. *Jumant*, 11(1), 67-80.
- Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2018). *Country of origin as a moderator of halal label and purchase behaviour*. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).
- Pramono, C. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Harga Obligasi Perusahaan Keuangan Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 8(1), 62-78.
- Ridwan. *Kontribusi Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Numukan*. *Jurnal Administrasi Negara*. Vol 1. No 02. (2013).
- Ritonga, H. M., Hasibuan, H. A., & Siahaan, A. P. U. (2017). *Credit Assessment in Determining The Feasibility of Debtors Using Profile Matching*. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(1), 73079.
- Sari, M. M. (2019). *Faktor-Faktor Profitabilitas Di Sektor Perusahaan Industri Manufaktur Indonesia (Studi Kasus: Sub Sektor Rokok)*. *Jumant*, 11(2), 61-68.

Siregar, N. (2018). *Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. JUMANT, 8(2), 87-96.*

Yanti, E. D., & Sanny, A. *The Influence of Motivation, Organizational Commitment, and Organizational Culture to the Performance of Employee Universitas Pembangunan Panca Budi.*

## **PERUNDANG-UNDANGAN**

:

Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame.

UU No. 18 Tahun 1997. *Tentang Pajak Daerah dan Kontribusi Daerah.*

UU No. 22 Tahun 1999. *Tentang Otonomi Daerah.*

UU No. 25 Tahun 1999. *Tentang Perimbangan Keuangan Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah.*

UU No. 28 Tahun 2009. *Tentang Pajak Daerah dan Kontribusi Daerah.*

UU No. 32 Tahun 2004. *Tentang Otonomi Daerah.*

UU No. 33 Tahun 2004 Pasal 1. *Tentang Perimbangan Keuangan Antar Pusat dan Daerah.*

UU No. 34 Tahun 2000. *Tentang Pajak Daerah.*

UU No. 65 Tahun 2011. *Tentang Pajak Daerah.*