

Analisis Anggaran Sebagai Alat Pengawasan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan

Kusmilawaty

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
kusmilawatyihsan@gmail.com

Abstract

Taxes are the dues to the State (imposed) owed by the taxpayer with the provisions of the applicable legislation, with no accomplishment gets back and the point is to finance public expenditure-expenditure relating to the task of the State to the Government. Advertisement tax scrutiny already good or not, can be seen from the realization of tax revenue with advertising budgets or targets set earlier. Where the report based on data known to the realization of tax revenue on the Revenue Department of the city of Medan from the year 2013 to 2017 years occurred a considerable difference between the budget and its realization which demonstrates that the achievement of performance acceptance advertisement tax are still not adequate. In this study, researchers conducted a study using a descriptive approach. Descriptive research is research that aims to find out the application variables examined so that the conclusion that apply generally. Advertisement tax revenue on the Revenue Service Area Medan city as a whole is still less well, can be seen from Budget tax revenue advertising is always set at the beginning of the period by the head of the Agency upon consideration of the various parties, particularly from the planning section, the section of the budget and sexy analysis and Control.

Keywords: Tax, Tax Revenue Service, Advertising Areas, State Dues

Pendahuluan

Pajak adalah iuran kepada negara (dapat dipaksakan) yang terutang oleh wajib pajak dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, dengan tidak mendapat prestasi kembali dan gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berkaitan dengan tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintahan. Oleh karena itu pemerintah selalu berupaya untuk mengoptimalkan penerimaan pajak melalui kebijakan di bidang perpajakan.

Dengan diterbitkannya UU No. 36 tahun 2008 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan maka telah terjadi sebuah reformasi perpajakan yang dilakukan oleh pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sehingga diharapkan para wajib pajak badan usaha menjadi lebih patuh dan diberikan segala bentuk kemudahan dalam proses perpajakan. Diketahui UU No. 36 tahun 2008 menjelaskan tentang subjek yang menjadi wajib pajak yang menjadi sumber

pendapatan asli daerah (PAD) yang meliputi pajak bumi dan bangunan, pajak reklame, pajak perhotelan, pajak restoran dan sebagainya.

Adapun penelitian ini memilih pajak reklame dengan alasan dimana reklame merupakan sumber pajak yang sangat besar. Ini dapat dilihat dari perkembangan dunia industri dan perekonomian yang tumbuh pesat yang tentu saja membutuhkan promosi berbentuk reklame. Diharapkan dengan semakin besarnya jumlah pemungutan pajak reklame setiap tahun untuk mendukung pembangunan daerah, khususnya kota Medan di masa mendatang.

Untuk menjaga agar semua prosedur, metode dan cara yang menjadi unsur dari pajak reklame ini benar-benar efektif dan agar manusia sebagai pelaksana bertindak sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, maka dibutuhkan suatu bagian khusus untuk mengadakan penelitian, pengukuran, penelaahan dan pengkoreksian atas prosedur yang telah ditetapkan bagian khusus ini adalah bagian pengawasan tertentu yang melaksanakan fungsi pengawasan.

Pengawasan pajak reklame sudah baik atau tidak, dapat dilihat dari realisasi penerimaan pajak reklame dengan anggaran atau target yang ditetapkan sebelumnya. Dimana diketahui berdasarkan data laporan realisasi penerimaan pajak pada Dinas Pendapatan Kota Medan dari tahun 2013 sampai tahun 2017 terjadi selisih yang cukup besar antara anggaran dan realisasinya yang menunjukkan bahwa pencapaian kinerja penerimaan pajak reklame masih belum memadai.

Berdasarkan data dapat diketahui bahwa setiap tahunnya pencapaian realisasi penerimaan pajak reklame dengan anggaran penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan mengalami penurunan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017. Sesuai dengan ketetapan Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan bahwa pencapaian antara realisasi anggaran dengan target dikatakan baik atau mencukupi apabila melebihi 60% dari perolehan pencapaian realisasi dari anggaran pajak reklame setiap tahunnya. Pencapaian realisasi pajak yang tidak sesuai dengan anggaran menunjukkan bahwa kinerja perolehan pajak sangat kurang baik. Hal ini dapat menyebabkan penurunan pendapatan daerah untuk membangun perekonomian yang juga akan mengalami hambatan.

Dengan jumlah pencapaian realisasi pajak reklame dari anggaran pajak reklame yang telah ditetapkan masih jauh dari yang diharapkan menunjukkan pengawasan terhadap perolehan pajak reklame masih kurang baik. Selain itu juga

ditemukan fenomena di lapangan seperti kurangnya sosialisasi yang diberikan petugas lapangan bagian khusus penagihan hanya dilakukan apabila turun ke lapangan saja, berkaitan pentingnya kesadaran wajib pajak dalam pembayaran pajak, serta masih ditemui adanya wajib pajak yang tidak mematuhi kewajiban untuk membayar pajak dari segi jumlah maupun batas waktu yang telah ditetapkan dengan baik, sehingga mempengaruhi kurang lancarnya proses administrasi perpajakan.

Hal ini bertentangan dengan pendapat Machfoedz (2010, 14) bahwa: “Penilaian kinerja penerimaan pajak dapat diukur dengan membandingkan anggaran dengan realisasi perolehan pajak reklame yang menjadi salah satu ukuran keberhasilan penerapan perpajakan”. Hal ini juga dijelaskan oleh Siagian, (2013, 448) yang menyebutkan bahwa “Kenyataan ini tidak dapat dipungkiri, bahwa keberhasilan pencapaian tujuan pemerintah tidak terlepas dari penataan keseluruhan rangkaian sub system yang terdapat pada struktur dan pejabatnya, tujuan yang harus dicapai, proses yang merupakan rangkaian kegiatan organisasi atas sumber-sumber yang dimanfaatkan untuk mencapai tujuan”.

Untuk memberikan arah bagi jalannya suatu penelitian, maka terlebih dahulu perlu dirumuskan hal yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian.

1. Bagaimana fungsi anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan
2. Mengapa realisasi penerimaan pajak reklame tidak mencapai target pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan?

Landasan Teori

1. Anggaran

Anggaran pajak yang ditetapkan pemerintah daerah tertuang dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) yang merupakan rencana keuangan tahunan pemerintah daerah di Indonesia yang disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. APBD ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Tahun anggaran APBD meliputi masa satu tahun, mulai dari tanggal 1 Januari sampai dengan tanggal 31 Desember.

- a. Anggaran pendapatan, terdiri atas
 - 1) Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang meliputi pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah, dan penerimaan lain-lain

- 2) Bagian dana perimbangan, yang meliputi Dana Bagi Hasil, Dana Alokasi Umum (DAU) dan Dana Alokasi Khusus
 - 3) Lain-lain pendapatan yang sah seperti dana hibah atau dana darurat.
- b. Anggaran belanja, yang digunakan untuk keperluan penyelenggaraan tugas pemerintahan di daerah.
- c. Pembiayaan, yaitu setiap penerimaan yang perlu dibayar kembali dan/atau pengeluaran yang akan diterima kembali, baik pada tahun anggaran yang bersangkutan maupun tahun-tahun anggaran berikutnya

Sedangkan fungsi anggaran pendapatan dan belanja daerah terdiri dari:

- 1) Fungsi otorisasi bermakna bahwa anggaran daerah menjadi dasar untuk merealisasi pendapatan, dan belanja pada tahun bersangkutan. Tanpa dianggarkan dalam APBD sebuah kegiatan tidak memiliki kekuatan untuk dilaksanakan.
- 2) Fungsi perencanaan bermakna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman bagi manajemen dalam merencanakan kegiatan pada tahun yang bersangkutan.
- 3) Fungsi pengawasan mengandung makna bahwa anggaran daerah menjadi pedoman untuk menilai keberhasilan atau kegagalan penyelenggaraan pemerintah daerah.
- 4) Fungsi alokasi mengandung makna bahwa anggaran daerah harus diarahkan untuk menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan pemborosan sumberdaya, serta meningkatkan efisiensi, dan efektifitas perekonomian daerah.
- 5) Fungsi distribusi memiliki makna bahwa kebijakan-kebijakan dalam penganggaran daerah harus memperhatikan rasa keadilan, dan kepatutan.
- 6) Fungsi stabilitasi memiliki makna bahwa anggaran daerah menjadi alat untuk memelihara, dan mengupayakan keseimbangan fundamental perekonomian daerah.

2. Pengawasan

Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang sangat berkaitan erat dengan pencapaian tujuan organisasi, sehingga pengawasan dalam organisasi apapun menjadi mutlak dilakukan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh G.R. Terry (2007, 15) yang mengatakan bahwa: “Dalam rangka pencapaian tujuan suatu organisasi, termasuk negara sebagai organisasi kekuasaan terbesar

seyogyanya menjalankan. fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), memberi dorongan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).”

Jadi pengawasan penting untuk dilaksanakan, mengingat pengawasan tersebut dapat mempengaruhi hidup/matinya suatu organisasi atau birokrasi, dan untuk melihat apakah pelaksanaan pekerjaan telah sesuai dengan rencana, perintah, tujuan, dan kebijaksanaan dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. Pajak

Pajak secara umum dapat diartikan sebagai iuran dari rakyat kepada pemerintah yang bersifat wajib (dapat dipaksakan) berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapat jasa timbal balik atau kontraprestasi yang langsung ditunjukkan dan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum dan dalam rangka menyelenggarakan pemerintah. Dalam hal balas jasa, pemerintah mewujudkannya kepada masyarakat dalam bentuk pemeliharaan keamanan dan ketertiban, pemberian subsidi barang kebutuhan pokok, tempat peribadatan dan pembangunan lainnya disegala bidang.

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

Termasuk dalam pengertian reklame adalah merek, simbol logo perusahaan yang merupakan tanda/inisial atau lambang perusahaan yang tidak dapat dipergunakan oleh setiap perusahaan, sehingga dengan simbol/logo tersebut dapat dengan mudah dikenal orang (umum).

Reklame Yang Tidak Dikenakan Pajak:

- a. Reklame Partai Politik, Organisasi Kemasyarakatan, Media massa, Pemerintah, Perwakilan Diplomatik, Konsulat, dll. (non komersil)
- b. komersil)
- c. Reklame Tempat Ibadah dan Panti Asuhan. (non komersil)
- d. Reklame luas 0,25 m² atau kurang pada ketinggian 0 s/d 15 meter.

- e. Reklame yang dibagikan gratis dan berguna bagi penerimanya.

Kajian Terdahulu

Sehubungan dengan penelitian tentang anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame, maka berikut ini akan disajikan beberapa penelitian terdahulu yang merupakan tambahan referensi dalam melakukan penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

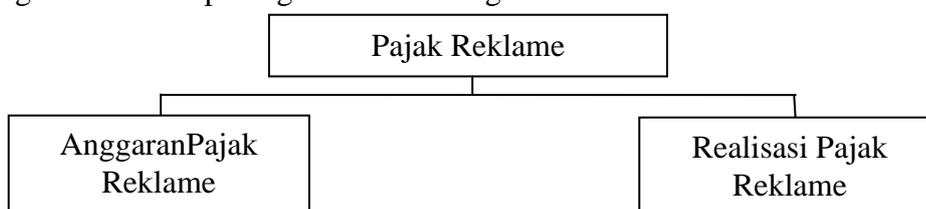
No	Peneliti	Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Hasil Penelitian
1	Budi Handoko(2016)	Analisis Penerapan Anggaran dalam Meningkatkan Pengawasan Pajak Reklame Di Kabupaten Berau	Apakah anggaran meningkatkan pengawasan pajak reklame dii Kabupaten Berau sudah memadai ?	Penerapan anggaran dalam meningkatkan pengawasan pajak reklame Di Kabupaten Berau sudah memadai.
2	Niluh Made Wesya Nugrahani, Sri Mangesti Rahayu, Devi Farah Azizah (2014)	Analisis Sistem Dan Prosedur Pengawasan Pajak Reklame Dalam Mendukung Pengendalian Intern (Studi Pada Dinas Pendapatan Dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya)	Bagaimana penerapan sistem dan prosedur pengawasan pajak reklame dalam upaya mendukung pengendalian intern pada Dinas Pendapatan Dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya?	Analisis pengendalian intern berkaitan penilaian risiko ini disebabkan adanya faktor eksternal dari Wajib Pajak atau Penyelenggara Reklame. Ditandai dengan belum adanya kesadaran dari pemilik persil. Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya menemukan masih kurang adanya kesadaran pemilik persil untuk mengajukan permohonan izin penyelenggaraan reklame maupun perizinan lokasi.

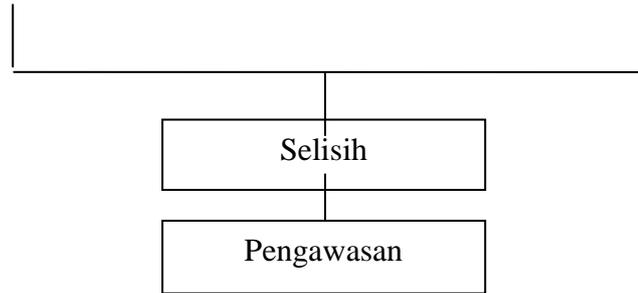
3	Arisma(2016)	Analisis Pengawasan pajak reklame pada pendapatan Daerah pekanbaru	Bagaimana pengawasan Reklamedi Pekanbaru? kota	penerapan pajak kota	Kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Pekanbaru di tahun 2010 mencapai 10,77%, kemudian di tahun 2011 pencapaian pajak reklame terhadap PAD mengalami penurunan sebesar 4,93% yakni sebesar 5,84%. Kemudian tahun 2012 kontribusi pajak reklame dengan PAD terjadi penurunan sebesar 1,45% atau mencapai 4,39%..
---	--------------	--	--	----------------------	---

Kerangka Berfikir

Penerimaan dari sektor pajak adalah sumber pendapatan terbesar Negara yang ditetapkan dalam anggaran daerah masing-masing sebagai daerah otonomi. Adapun anggaran pajak yang ditetapkan diupayakan pemerintah daerah untuk dapat terpenuhi, hal ini berkaitan dengan sumber dana untuk pembangunan daerah sebagian besar bersumber dari pajak. Selain itu untuk menjaga agar perolehan pajak sesuai dengan anggaran atau target yang telah ditetapkan maka dilakukan pengawasan. Pengawasan pajak bertujuan untuk pelaksanaan serta pemungutan pajak berjalan sesuai dengan penerapannya. Dengan adanya pengawasan pemungutan pajak yang terus meningkat, maka diharapkan realisasi juga harus tercapai atau terpenuhi. Dalam hal ini, pengawasan diperlukan untuk mengukur suatu pencapaian realisasi pajak reklame dengan cara membandingkan selisih antara anggaran penerimaan pajak reklame dengan realisasi penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Kota Medan.

Dengan pencapaian jumlah pajak yang sesuai dengan target pajak, menunjukkan pelaksanaan pengawasan pajak berjalan dengan lancar, serta hal ini akan memberikan kelancaran bagi pelaksanaan program pembangunan daerah. Berkaitan dengan analisis anggaran sebagai alat pengawasan pajak reklame maka kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut :





Gambar 1: Kerangka Berfikir

Metode Penelitian

Pada 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.

Penelitian ini dilaksanakan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yang merupakan dinas pemerintah yang berwenang mengelola perpajakan daerah dan beralamat di Jl.Abdul Haris Nasution No. 32 Medan.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu Data kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara pada pihak yang berwenang dalam hal ini Sucilawati Yano, S.Psi selaku Kasubid Pembukuan dan Pelaporan, analisis dokumen diskusi atau observasi. Data kualitatif berfungsi untuk mengetahui kualitas dari sebuah objek yang akan diteliti sedangkan kuantitatif untuk mengetahui kuantitas dari sebuah objek yang akan diteliti.

Sedangkan 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 peneliti dengan nara sumber".Peneliti memperoleh data primer penelitian melalui wawancara dengan pihak personalia perusahaan dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh pegawai dari bagian keuangan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan.

Hasil Penelitian

- 1. Perbandingan Anggaran dan Realisasi Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan**

Penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan secara keseluruhan masih kurang baik, dapat dilihat dari Anggaran penerimaan pajak reklame selalu ditetapkan di awal periode oleh Kepala Badan atas pertimbangan dari berbagai pihak, khususnya dari seksi Perencanaan, Seksi anggaran dan seksi Analisa dan Pengendalian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat selisih anggaran dan realisasi pajak dalam sektor pajak reklame dalam penerimaan pajak daerah Kota Medan yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2
Perbandingan Anggaran dan Realisasi Pajak Reklame
Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan Tahun 2013 sampai tahun 2017.

Tahun	Anggaran Penerimaan Pajak Reklame	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Pencapaian Realisasi dari Anggaran Pajak Reklame
2013	69.161.250.000	23.348.045.567	33,76
2014	35.308.417.000	10.709.910.917	21,81
2015	49.095.950.000	3.551.947.419	7,23
2016	89.852.375.000	17.508.256.230	19,49
2017	94.560.572.000	22.310.560.324	23,64

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan, 2018.

Berdasarkan data dapat diketahui bahwa pencapaian perolehan target realisasi yang cukup besar antara anggaran dan realisasi pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2013 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp.69.161.250.000 sedangkan pencapaian perolehan target pajak reklame sebesar Rp. 23.348.045.567 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 33,76 %.

Begitu juga pada tahun 2014 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp.35.308.417.000 sedangkan realisasi perolehan pajak reklame sebesar Rp. 10.709.910.917 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 21,81 %. Selanjutnya pada tahun 2015 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp.49.095.950.000 sedangkan realisasi perolehan pajak reklame sebesar Rp. 3.551.947.419 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 7,23 %. Sementara itu pada tahun 2017 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp.89.852.375.000 sedangkan realisasi perolehan pajak reklame sebesar Rp. 17.508.256.230 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar

19,49 %. Selanjutnya pada tahun 2017 dimana anggaran pajak reklame sebesar Rp.94.560.572.000 sedangkan realisasi perolehan pajak reklame sebesar Rp. 22.310.560.324 yang menunjukkan pencapaian perolehan target sebesar 23,64 %. Pencapaian realisasi pajak yang tidak sesuai dengan anggaran menunjukkan bahwa kinerja perolehan pajak sangat kurang baik. Hal ini dapat menyebabkan penurunan pendapatan daerah untuk membangun perekonomian yang juga akan mengalami hambatan.

2. Upaya yang Dilakukan dalam Meningkatkan Pengawasan Pajak Reklame

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan di Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dan dengan melihat data yang berhasil penulis peroleh dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan telah melaksanakan kewajibannya dalam hal upaya peningkatan penerimaan pajak reklame. Adapun upaya yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan:

- a. Melakukan pendataan terhadap wajib pajak sehingga data yang disampaikan dapat lebih mendekati akuratisasi data.
- b. Melakukan Koordinasi dengan bendahara SKPD yang ada dilingkungan Pemko Medan, Selaku Wajib Pungut dalam hal pemungutan Pajak Reklame atas kegiatan yang dilakukan oleh SKPD terkait.
- c. Melakukan Koordinasi dengan SKPD yang terkait perizinan, antara lain dengan Dinas Industri dan Perdagangan dan BPPT, dalam hal menjaring Wajib Pajak Baru, yang mana arus terlebih dahulu terdaftar dan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD) dalam rangka pengurusan Izin Usaha Baru. Untuk Wajib Pajak Lama, terlebih dahulu harus melunasi pajak terutang untuk dapat memperpanjang izin usaha.
- d. Membentuk Tim Terpadu berdasarkan SK Walikota Medan No. 503/078/2013 tentang Tim Terpadu Penegakan Peraturan Daerah Terhadap Jasa reklame dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Daerah. Hasil nyata yang diperoleh sejak terbentuknya Tim Terpadu ini adalah meningkatnya PAD yang berasal dari pembayaran pajak terutang Wajib Pajak.
- e. Memfungsikan pengawasan dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dan bekerjasama dengan administrasi terkait / Tim Terpadu (Dinas Industri dan Perdagangan, Satpol PP, Polisi, Kejaksaan dan Kodim) dengan tujuan untuk melaksanakan penagihan kepada wajib pajak khususnya wajib pajak

yang tidak taat membayar pajak, bagi wajib pajak terutang, menunggak dan sekaligus peninjauan data lapangan yang sebenarnya.

- f. Mengadakan peninjauan ulang atau mendata ulang apabila terjadi kesalahan dalam pemeriksaan. Agar tidak terjadi kesalahan dalam pendataan, apabila dilakukan peninjauan kembali atau meneliti data dengan benar sehingga tidak adanya lagi kesalahan-kesalahan dalam perhitungan besar pajak yang seharusnya terutang.
- g. Pemeriksaan wajib pajak secara terus dilakukan dengan menggunakan *self assessment system* dan juga *official assessment*. Pemeriksaan secara *self assessment system* digunakan untuk memeriksa objek pajak reklame yang tergolong reklame jangka panjang, sedangkan pemeriksaan yang menggunakan *official assessment system* digunakan untuk memeriksa objek pajak reklame yang tergolong reklame biasa-biasa saja.
- h. Melakukan pengawasan secara rutin kepada wajib pajak, hal ini dilakukan guna untuk menghindari adanya penyimpangan atau adanya data yang tidak benar disampaikan oleh wajib pajak.

Satu hal yang bisa dicermati, bahwa tidak tercapainya pemungutan keseluruhan dari pajak reklame yang sudah ditargetkan untuk daerah kota Medan ini di duga belum optimalnya mekanisme atau prosedur pemungutan yang dilakukan pihak Dispenda selaku unsur pelaksana dan penanggung jawab dalam bidang pengelolaan keuangan daerah, sehingga satuan unit kerja yang terkait dengan kegiatan pemungutan pajak reklame belum mampu mencapai target penerimaan sesuai yang diharapkan.

Selain itu juga ditemukan fenomena di lapangan seperti kurang patuhnya wajib pajak reklame insidentil dimana pembayaran untuk pajak reklame yang insidentil ternyata tidak melaporkan atau melakukan pembayaran pajaknya sebagaimana mestinya. Hal ini dapat diketahui berdasarkan jumlah realisasi pajak yang masih belum tertagih dari tahun 2013 sampai tahun 2017 dengan jumlah yang cukup besar.

Melalui upaya-upaya yang telah dan sedang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Kota Medan, diharapkan untuk tahun-tahun berikutnya realisasi penerimaan Pajak Reklame dapat mencapai ataupun melebihi target penerimaan pajak Reklame yang telah ditetapkan. Dengan adanya peningkatan tersebut, maka akan meningkatkan pendapatan daerah yang bersumber dari pajak, sehingga dapat

mendukung pelaksanaan pembangunan di daerah. Oleh karena itu, diperlukan adanya kerjasama antara petugas dan masyarakat yang menjadi wajib pajak yaitu dengan meningkatkan setoran pajak dari setoran yang lama, melaksanakan pembayaran sesuai dengan waktu dan menuangkan temuan yang ada dilapangan sesuai dengan hasil verifikasi agar tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah daerah dapat terlaksana sesuai dengan yang telah direncanakan.

Pelaksanaan penagihan dan pemungutan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Medan yaitu dengan mensosialisasikan serta menganjurkan pembayaran pajak reklame tepat waktu bagi wajib pajak yang menyetorkan sendiri pajak reklamennya serta melakukan penagihan dengan mendatangi objek-objek pajak reklame apabila waktu pembayaran telah jatuh tempo.

Dinas Pendapatan Daerah kota Medan berupaya agar pelaksanaan penagihan dan pemungutan pajak reklame berjalan dengan baik, namun pada realisasinya masih juga terdapat penunggakan pajak reklame dari wajib pajak yang belum disetor walaupun waktu jatuh tempo pembayaran telah lewat. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pengawasan pajak reklame belum sesuai.

Adapun faktor yang menyebabkan pelaksanaan pengawasan pajak reklame belum sesuai yaitu kurangnya kesadaran dari wajib pajak akan kewajibannya dalam membayar pajak serta pentingnya peranan pajak reklame untuk pembangunan di daerah kota Medan. Selain itu Dinas Pendapatan Daerah kota Medan juga masih kurang maksimal dalam upaya mensosialisasi pentingnya peranan pajak serta pentingnya ketepatan waktu pembayaran pajak dari wajib pajak agar terhindar dari denda pajak.

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame atau pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame
2. Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan mekanisme pengawasan pajak reklame sudah dilakukan dengan maksimal.
3. Potensi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan dikarenakan banyaknya WP yang tidak patuh dengan kewajibannya.

4. Adapun masalah yang dihadapi oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yaitu tingkat kesadaran wajib pajak yang masih rendah, masih ada beberapa tunggakan–tunggakan pajak reklame yang belum dibayar wajib pajak, sulit menemui pimpinan yang menyelenggarakan objek reklame, masih adanya petugas Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan yang masih belum bekerja secara efektif dan kurang tegasnya peraturan daerah dalam mengatur pajak daerah dapat diselesaikan dengan baik.
5. Adapun upaya yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah untuk mengatasi masalah yang dihadapi sehingga penerimaan meningkat adalah melakukan pendataan terhadap wajib pajak, memfungsikan pengawasan dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Medan dan bekerjasama dengan Tim Terpadu (Dinas Parawisata, Satpol PP, Polisi, Kejaksaan, Kodim) untuk melaksanakan penagihan, mengadakan peninjauan ulang apabila terjadi kesalahan dalam pendataan, melakukan pemeriksaan terhadap wajib pajak, melakukan pengawasan secara rutin kepada wajib pajak untuk menghindari adanya data yang tidak benar disampaikan wajib pajak.

Daftar Pustaka

- Arisma. 2016. *Analisis Pemungutan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru*.
- Kurniawan, Iwan, dan Akbar, R. Jihad. 2013. *Penerimaan Pajak di Bawah Target APBN-P*, <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/379102-penerimaan-pajak-di-bawah-target-apbn-p-2012>
- Manurung, Surya. 2013. *Kompleksitas Kepatuhan Pajak*, <http://www.pajak.go.id/content/article/kompleksitas-kepatuhan-pajak>
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi
- Nafarin, M. 2015. *Penganggaran Perusahaan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Niluh Made Wesya Nugrahani, Sri Mangesti Rahayu, Devi Farah Azizah. 2014. *Analisis Sistem Dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame Dalam Upaya Mendukung Pengendalian Intern (Studi Pada Dinas Pendapatan Dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 15 No. 1 Oktober 2014.
- Purwanto, Sayugo Adi. 2016. *Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Berau*. STIE Muhammadiyah Tanjung Redeb Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 10 No. 1, Januari 2016

- Rahayu, Siti Kurnia. 2010. *Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saragih, Rudiansyah. 2013. *Pengantar Perpajakan*. Edisi Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Siagian, Sondang P. 2013. *Perpajakan Indonesia*. Edisi Ketiga, Jakarta: Salemba Empat.
- Siahaan, Marihot P. 2015. *Perpajakan*. Edisi Revisi, Jakarta: Erlangga.
- Suandy, Erly. 2011. *Perpajakan*. Edisi Revisi. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhartono, Rudy, dan Ilyas, Wirawan B. 2010. *Ensiklopedia Perpajakan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sumitro, Rochmat. 2012. *Ensiklopedia Perpajakan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia*, Edisi 10, Jakarta: Salemba Empat.