

SKRIPSI

**ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN
ASLI DAERAH DI KOTA MAKASSAR**

FIRMANSYAH

105730449713



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

MAKASSAR

2017

SKRIPSI

**ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI
DAERAH DI KOTA MAKASSAR**

FIRMANSYAH

10573 0449713

Untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME
TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DI
KOTA MAKASSAR
NAMA MAHASISWA : FIRMANSYAH
NOMOR STAMBUK : 10573 04497 13
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG STUDI : STRATA SATU (S-1)
PERGURUAN TINGGI : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diajukan didepan panitia
penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada hari Senin, 12 Februari 2018 pada program
studi Akuntansi Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

Asriati SE, M.Si
NIDN : 0031126303

Andi Arman SE, M.Si, AK, CA
NIDN: 0906126701

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Akuntansi



Ismail Basulung, SE, MM
NBM: 900078

Ismail Badollahi, SE, M.Si, AK, CA
NBM: 1073428



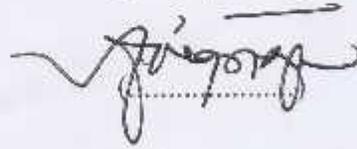
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

PALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Atas Nama FIRMANSYAH, NIM 10573 04497 13 Ini Telah Diperiksa Dan Diterima Oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 17 Tahun 1439 H/2018 M Dan Telah Didapan Pertahankan Penguji Pada Hari Senin, 12 Februari 2018 M Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

26 Jumadil Awal 1439 H
Makassar,
12 Februari 2018

Panitia Ujian :

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abd Rahman Rahim., SE, MM
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Ismail Rasulong., SE, MM
(Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda., MM
(WID. 1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis) 
4. Penguji :
 - a. Dr. Agussalim HR, SE, MM 
 - b. Andi Arman, SE, M.Si, Ak CA 
 - c. Muttiarni, SE, M.Si 
 - d. Moh. Aris Pasigai, SE, MM 

ABSTRAK

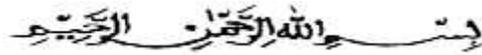
Firmansyah, 2018, 10573 04497 13 “Analisis Potensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Makassar Dibawa bimbingan ASRIATI SE. M.Si dan Andi Arman,SE,M,SI,AK,AC

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar jumlah Potensi Pajak Reklame di Kota Makassar, sistem pemungutan pajak reklame, kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah, efektifitas pemungutan, serta upaya peningkatan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa tinjauan kepustakaan, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi pajak reklame yang dimiliki Kota Makassar untuk tahun 2014 sampai 2016 mengalami peningkatan tiap tahunnya, namun masih terdapat potensi yang belum tergali secara optimal. Sistem pemungutan pajak reklame yang diberlakukan pihak DISPENDA Kota Makassar yaitu sistem official assessment. Untuk tahun 2012-2014 Kontribusi pajak reklame terhadap Pajak Daerah dan Pendapatan Asli Daerah mengalami peningkatan tiap tahunnya, namun terjadi penurunan kontribusi terhadap Pajak Daerah dan Pendapatan Asli Daerah pada tahun 2015 dan 2016. Pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh pihak Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar telah efektif karena mampu melebihi target yang telah ditetapkan.

Kata Kunci: Analisis Potensi, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah membawa petunjuk kebenaran seluruh manusia yaitu *ad-Dinul Islam* yang kita harapkan syafaatnya di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai macam rintangan dan hambatan. Namun semua dapat terlewati atas izin Allah SWT. dengan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini pula, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, MM sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE, MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Ismail Badollahi, SE., M.Si, Ak., CA sebagai Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Asriati SE, M.Si Sebagai Pembimbing I
5. Andi Arman SE, M.Si, Ak, CA Sebagai Pembimbing II

6. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Jurusan Akuntansi pada umumnya terima kasih telah memberikan ilmu dan wawasan pengetahuan selama penulis menuntut ilmu.
7. Pimpinan dan segenap Staf DISPENDA Kota Makassar yang ikut serta membantu selama penelitian.
8. Keluarga besar dan terutama kedua orang tua yang tak pernah berhenti mendoakan kemudahan dan keberhasilan penulis.
9. Fajar Nur (Asep), Mu'Yasraful Jais Dm yang memberikan waktunya untuk membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman Akuntansi 10 Angkatan 2013, yang telah mengutamakan kebersamaan, kekompakan serta dukungannya selama ini.

Saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan adanya masukan, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat kami harapkan untuk penyempurnaan penyusunan Skripsi ini. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi kami penulis.

Makassar, Februari 2018

Firmansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teoritis	8
1. Pengertian Pajak.....	8
2. Fungsi Pajak	9
3. Syarat Pemungutan Pajak.....	10
4. Pengelompokan pajak	11
5. Sistem Pemungutan Pajak.....	12

6. Kewajiban dan Hak Wajib Pajak	13
7. Pajak Daerah	15
8. Pajak Reklame.....	16
9. Potensi.....	23
10. Efektifitas	24
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pikir	34
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	37
B. Tempat dan Waktu	37
C. Jenis dan Sumber Data	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Metode Analisis Data.....	39
F. Analisis Efektifitas Pajak Reklame.....	39
G. Sistematika Penulisan	40
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	40
A. Sejarah Singkat Perusahaan/Lembaga	40
B. Visi dan Misi	41
C. Tugas Pokok dan Fungsi DISPENDA	42
D. Struktur Organisasi DISPENDA Kota Makassar.....	43

E. Uraian Tugas jabatan Struktural pada DISPENDA	43
1. Kepala Dinas	43
2. Sekretariat	44
3. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian.....	44
4. Sub bagian Keuangan.....	46
5. Sub bagian perlengkapan	46
6. Bidang I pajak hotel dan hiburan	47
7. Bidang II pajak restoran dan parkir.....	48
8. Bidang III pajak reklame dan retribusi daerah	59
9. Bidang IV kordinasi pengendalian pajak	59
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Sistem pemungutan pajak reklame di kota makassar.....	51
B. Analisis potensi pajak reklame di kota Makassar	51
C. Kontribusi pajak reklame	59
D. Analisis efektifitas pajak	60
E. Analisis Efektifitas perbandingan pajak reklame.....	60
F. Analisis efektifitas pajak reklame realisasi dan target	61
G. Perbandingan realisasi, target dan potensi pajak reklame.....	63
H. Kendala-kendala dalam pajak reklame	64
I. Upaya peningkatan kontribusi pajak reklame	65

BAB VI PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan penelitian	69
C. Saran-Saran	70
D. Daftar Pustaka	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Table 5.1 Penggolongan/Jenis Reklame	53
Table 5.2 analisis ukuran potensi pajak reklame	55
Table 5.3 potensi pajak reklame kota Makassar 2014	57
Table 5.4 potensi pajak reklame kota makassar 2015	58
Table 5.5 potensi pajak reklame kota Makassar 2016	59
Table 5.6 kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah	60
Table 5.7 formula perhitungan efektifitas	61
Table 5.8 perbandingan efektifitas potensi pajak reklame	61
Tabel 5.9 tingkat efektifitas realisasi pajak reklame kota Makassar	63
Table 5.10 perbandingan realisasi, dan potensi pajak reklame	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Otonomi daerah di Indonesia memiliki fungsi dalam mengusahakan kesejahteraan dan kemakmuran rakyatnya. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut, segala potensi dan sumber daya yang ada harus dialokasikan secara efektif dan efisien secara terus-menerus sehingga pembangunan nasional dapat terwujud. Hal ini terlihat pada pemerintah pusat melalui otonomi kepada pemerintah daerah untuk mengelolah daerahnya sendiri.

Dengan munculnya otonomi daerah menyebabkan terjadinya pergeseran paradigma dari sistem pemerintah bercorak sentralisasi mengarah kepada sistem pemerintahan yang desentralisasi, yaitu dengan memberikan keleluasaan terhadap daerah dalam mewujudkan daerah otonomi yang bertanggung jawab, untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat sesuai dengan kondisi dan potensi yang dimiliki oleh wilayah tersebut.

Pemberian otonomi daerah pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintah daerah, terutama dalam pelaksanaan pembangunan dan pelayanan masyarakat serta peningkatan pembinaan kesatuan politik dan kesatuan bangsa.

Berlakunya Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan langkah pemerintah pusat dalam memberikan otonomi yang seluas-luasnya bagi pemerintah daerah yang merupakan peluang sekaligus tantangan. Menjadi sebuah peluang apabila

pemerintah daerah tersebut mampu mengelolah segala sumber penerimaan dengan baik dan optimal, begitupun sebaliknya akan menjadi sebuah tantangan apabila pemerintah tersebut tidak mampu mengelolah segala sumber penerimaan daerahnya dengan baik.

Permasalahan yang sering muncul dalam pelaksanaan otonomi daerah selain perimbangan keuangan antar pusat dan daerah yang kurang merata, prospek kemampuan pembiayaan pemerintah dalam melaksanakan fungsinya sebagai penyelenggara pembangunan dan pelayanan masyarakat dianggap belum maksimal. Oleh karena itu, penyelenggaraan kegiatan pemerintahan daerah senantiasa terus meningkat sehingga biaya yang dibutuhkan juga akan bertambah. Peningkatan penerimaan daerah harus senantiasa diupayakan secara periodik oleh setiap daerah otonom melalui penataan administrasi pendapatan daerah yang efektif dan efisien sesuai dengan yang ditetapkan di dalam berbagai peraturan perundang-undangan dan petunjuk pelaksanaan.

Pembiayaan pemerintah dalam rangka melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Sumber-sumber penerimaan daerah ini dapat berasal dari bantuan dan sumbangan pemerintah pusat maupun penerimaan yang berasal dari daerah sendiri. Namun yang menjadi komponen utama Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang berasal dari komponen pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

Pajak Daerah Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 : Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak, 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.

Kota Makassar merupakan ibu kota Provinsi Sulawesi-Selatan Terdapat banyak fasilitas penunjang yang dimiliki oleh Kota Makassar yang menjadikannya sebagai kota metropolitan dan jalur perdagangan darat maupun laut di antaranya adalah Bandara Internasional Sultan Hasanuddin dan Pelabuhan Soekarno Hatta. Fasilitas inilah yang menunjang lancarnya jalur perdagangan sehingga industri di Makassar semakin hari semakin meningkat. Adanya peningkatan pada sektor industri, perdagangan dan jasa yang disebabkan oleh tunjangan fasilitas tersebut maka wadah untuk pemasaran produk pun semakin banyak dibutuhkan, tidak hanya lewat media cetak, media elektronik juga semakin marak dibutuhkan.

Lahirnya media baik cetak dan elektronik, dijadikan sebagai modal besar untuk para pengguna sektor perdagangan, salah satu yang paling diminati adalah pemasaran lewat media reklame. Media reklame dianggap sebagai alternatif pemasaran yang menguntungkan dan sangat efektif, reklame dianggap mampu menarik calon konsumen karena reklame bisa diakses oleh semua pihak. Hal ini menjadikan reklame sebagai salah satu yang harus diperhatikan oleh pemerintah, baik dalam hal pemberian aturan

dan tarif pemasangan reklame yang diatur oleh undang-undang maupun peraturan daerah. Pajak Reklame dapat memberikan kontribusi tersendiri terhadap penerimaan pendapatan asli daerah (PAD), sehingga pemerintah diharap dapat mengoptimalkan objek pajak ini guna menambah pendapatan asli daerah (PAD) yang akan di gunakan untuk membiayai kegiatan rutin pemerintahan dan membiayai pembangunan.

Sebagai sumber penerimaan yang dapat memberikan kontribusi tersendiri terhadap pendapatan asli daerah dikota Makassar, pemerintah diharap mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki pajak reklame. Namun kondisi yang terjadi di Kota Makassar tidak sesuai dengan yang di harapkan. Hal tersebut termuat dalam perkataan Ketua Asosiasi Pengusaha Reklame Indonesia (ASPRI) yang mengatakan bahwa masih banyak pelanggaran pemasangan reklame yang harus ditertibkan, begitu juga dengan potensi penerimaan pajak baru harus lebih dioptimalkan (Bisnis Indonesia, 2012:10). Hal tersebut menyiratkan bahwa potensi pajak reklame dikota Makassar cukup besar namun aturan yang diterapkan oleh pemerintah daerah dalam hal pengelolaan yang dikelola Dinas Pendapatan Kota Makassar masih belum optimal.

Penelitian yang berkaitan dengan Pajak Reklame telah dilakukan oleh Widyaningsih (2009) tentang Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung Periode 2001-2007 menyimpulkan bahwa potensi penerimaan pajak reklame dari tahun 2001 hingga tahun 2002 berada di bawah target dan realisasi penerimaan pajak reklame, sedangkan potensi

penerimaan pajak reklame tahun 2003 hingga tahun 2007 lebih tinggi dari target dan realisasi penerimaan pajak reklame.

Penelitian Ardhiansyah Dkk (2013) Tentang Analisis potensi pajak hotel dan pajak restoran dan kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah (PAD) (Studi kasus pada Dinas pendapatan daerah Kota Batu Tahun 2011-2013) ,menyimpulkan bahwa potensi pajak hotel dan pajak restoran sangat besar, penggalan potensi dari pajak hotel sebesar 32,48% atau bisa dikatakan tidak efektif dari realisasi tahun 2011 dan pajak restoran penggalan potensinya sebesar 77,22% atau bias dikatakan kurang efektif dari realisasi tahun 2011.

Sedangkan Penelitian yang di lakukan oleh Watini (2010) Tentang Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung (Studi Empirik Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung) menemukan bahwa tingkat kepercayaan 95%, pengumpulan pajak reklame tidak memiliki dampak signifikan terhadap penerimaan pajak daerah dan korelasi antara pajak reklame dan pendapatan pajak daerah sangat lemah.

Dari fenomena pajak reklame yang ada di Kota Makassar dan penelitian-penelitian terdahulu di atas, maka peneliti tertarik untuk mengembangkan dan menerapkan beberapa unsur penelitian tersebut di Kota Makassar sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak reklame. Sebenarnya potensi yang dimiliki pajak reklame dapat digali melalui intensifikasi pajak reklame dengan langkah pendataan serta memiliki pengetahuan mengenai objek pajak reklame itu sendiri. Langkah ini

dimaksudkan untuk menghindari penentuan target pendapatan yang tidak sesuai dengan kondisi dilapangan sehingga nantinya tidak akan berimbas terhadap realisasi penerimaan pajak reklame. Setelah langkah tersebut dilakukan dapat pula diketahui efektifitas pemungutan pajak reklame guna meningkatkan penerimaan pajak sehingga pajak reklame memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan pajak daerah secara khusus dan pendapatan asli daerah secara umum.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah ini adalah “Berapa besar kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di kota Makassar? ”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Untuk mengetahui seberapa besar dan kontribusi potensi pajak reklame yang dimiliki kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang berkaitan dengan pengoptimalisasian potensi pajak daerah secara efektif dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah terutama aparat Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar untuk meningkatkan

pemungutan serta pengelolaan pajak daerah sebagai sumber pendapatan asli daerah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pajak

Pengertian pajak daerah adalah iuran yang wajib dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah (Erly Suandy,2008:11-12).

Definisi pajak menurut Bohari (2012:23) Pajak adalah iuran pada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan dengan tidak dapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas pemerintah.

Mardiasmo (2013:1) mengemukakan bahwa pajak memiliki unsur-unsur sebagai berikut.

A. Iuran dari rakyat kepada Negara

Yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang (bukan barang).

B. Berdasarkan Undang-Undang

Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

- C. Tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
- D. Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara, yakni pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

2. Fungsi Pajak

Fungsi pajak menurut Fidel (2010:6) terbagi atas dua, yaitu sebagai berikut :

A. Fungsi Budgetair (penerimaan)

Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya (baik pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan).

B. Fungsi Regulerand (mengatur)

Pajak sebagai alat mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang ekonomi dan sosial.

- a. Sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang ekonomi dan sosial.

Contoh:

- 1) pajak yang tinggi dikenakan terhadap minuman keras dengan tujuan untuk mengurangi konsumsi minuman keras;

- 2) tarif pajak untuk ekspor sebesar 0% dengan tujuan untuk mendorong ekspor produk Indonesia di pasaran dunia.
- b. Sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang letaknya di luar bidang keuangan.

3. Syarat Pemungutan Pajak

Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat (Mardiasmo, 2013:2-3) sebagai berikut.

A. Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadlian)

Sesuai dengan tujuan hukum, yakni mencapai keadilan, undang-undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan 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)

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 kelesuan perekonomian masyarakat.

D. Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansial)

Sesuai fungsi budgetair, biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya.

E. Sistem pemungutan pajak harus sederhana

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

Syarat ini telah dipenuhi oleh undang-undang perpajakan yang baru.

4. Pengelompokan Pajak

Adapun Pengelompokan Pajak (Mardiasmo, 2013:5-6) sebagai berikut :

A. Menurut Golongannya

- 1) Pajak langsung, yaitu pajak yang harus dipikul sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh : pajak penghasilan.
- 2) Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh : pajak pertambahan nilai.

B. Menurut Sifatnya

- 1) Pajak Subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti memperhatikan keadaan dari Wajib Pajak.

Contoh : pajak penghasilan

- 2) Pajak Objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan dari wajib pajak. Contoh : pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah.

C. Menurut Lembaga Pemungutannya

- 1) Pajak Pusat, yaitu pajak .yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contoh : pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah, pajak bumi dan bangunan, dan bea materai.

- 2) Pajak Daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Pajak Daerah terdiri atas.

- a) Pajak Provinsi, contoh : pajak kendaraan bermotor dan pajak bahan bakar kendaraan bermotor.

- b) Pajak Kabupaten/Kota, contoh : pajak hotel, pajak restoran, dan pajak hiburan.

5. Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak dapat dibagi (Waluyo, 2011:17) menjadi berikut ini :

A. Sistem Official Assessment

Sistem ini merupakan sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang.

Ciri-ciri official assessment system adalah sebagai berikut:

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

B. Sistem Self Assessment

Sistem ini merupakan pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan, tanggung jawab kepada Wajib Pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan diri sendiri besarnya pajak yang harus dibayar.

C. Sistem Withholding

Sistem ini merupakan sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong atau memungut besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

6. Kewajiban dan Hak Wajib Pajak

Kewajiban dan hak wajib pajak (Mardiasmo, 2013:56-57) adalah sebagai berikut.

A. Kewajiban Wajib Pajak

- 1) Mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP.
- 2) Melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai PKP.
- 3) Menghitung dan membayar sendiri pajak dengan benar.
- 4) Mengisi dengan benar SPT (SPT diambil sendiri), dan memasukkan ke Kantor Pelayanan Pajak dalam batas waktu yang telah ditentukan.
- 5) Menyelenggarakan pembukuan/pencatatan.
- 6) Jika diperiksa wajib:
 - a) memperlihatkan dan atau meminjamkan buku atau catatan, dokumen yang menjadi dasarnya dan dokumen lain yang berhubungan dengan penghasilan yang diperoleh, kegiatan usaha, pekerjaan bebas wajib pajak, atau objek yang terutang pajak;
 - b) memberikan kesempatan untuk memasuki tempat atau ruangan yang dipandang perlu dan memberi bantuan guna kelancaran pemeriksaan.
- 7) Apabila dalam waktu mengungkapkan pembukuan, pencatatan, atau dokumen serta keterangan yang diminta, Wajib Pajak terikat oleh suatu kewajiban untuk merahasiakan, maka kewajiban untuk merahasiakan itu ditiadakan oleh permintaan untuk keperluan pemeriksaan.

B. Hak Wajib Pajak

- 1) Mengajukan surat keberatan dan surat banding.

- 2) Menerima tanda bukti pemasukan SPT.
- 3) Melakukan pembetulan SPT yang telah dimasukkan.
- 4) Mengajukan permohonan penundaan penyampaian SPT.
- 5) Mengajukan permohonan penundaan atau pengangsuran pembayaran pajak.
- 6) Mengajukan permohonan perhitungan pajak yang dikenakan dalam surat ketetapan pajak.
- 7) Meminta pengambilan kelebihan pembayaran pajak.
- 8) Mengajukan permohonan penghapusan dan pengurangan sanksi, serta pembetulan surat ketetapan pajak yang sah.
- 9) Memberi kuasa kepada orang untuk melaksanakan kewajiban pajaknya.
- 10) Meminta bukti pemotongan atau pemungutan pajak.
- 11) Mengajukan keberatan dan banding.

7. Pajak Daerah

Definisi pajak daerah menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 1 Angka 10 adalah Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak, adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dasar Hukum pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah Undang-undang No.28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pajak Daerah dibagi menjadi 2 bagian (Mardiasmo, 2013:13), yaitu sebagai berikut.

1. Pajak Provinsi
2. Pajak Kabupaten/Kota

Khusus untuk Daerah yang setingkat dengan daerah provinsi, tetapi tidak terbagi dalam daerah Kabupaten/kota otonom, seperti Daerah Khusus Ibu kota Jakarta, jenis Pajak yang dapat dipungut merupakan gabungan dari Pajak untuk daerah provinsi dan Pajak untuk daerah kabupaten/kota.

8. Pajak Reklame

A. Pengertian Pajak Reklame

Pengertian Pajak Reklame dan Reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah Bab I Pasal 1 angka 16 dan 17 adalah Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.

Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum”.

Beberapa Terminologi dalam Pemungutan Pajak Reklame (Siahaan, 2013:382-383) yaitu sebagai berikut:

1. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.
2. Penyelenggaraan reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
3. Perusahaan jasa periklanan/biro reklame adalah badan yang bergerak di bidang periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Panggung reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan reklame yang ditetapkan untuk suatu atau beberapa buah reklame.
5. Jalan umum adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun, meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapan yang diperuntukkan bagi lalu lintas umum.
6. Izin adalah izin penyelenggaraan reklame yang terdiri dari izin tetap dan izin terbatas.
7. Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat SPPR adalah surat yang digunakan oleh wajib pajak untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame dan

mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak yang terutang.

8. Surat Kuasa Untuk Menyetor yang selanjutnya disingkat SKUM adalah nota perhitungan besarnya Pajak Reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak yang berfungsi sebagai ketetapan pajak.

B. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan Pajak Reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar pemungutan Pajak Reklame pada suatu kabupaten atau kota (Siahaan, 2013:383) adalah sebagai berikut.

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
2. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1987 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
4. Peraturan daerah kabupaten/kota yang mengatur tentang Pajak Reklame.
5. Keputusan bupati/walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada kabupaten/kota dimaksud.

C. Objek Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah Bab VI Bagian Kesatu Pasal 26 ayat (2) dan (3) yang menjadi objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Adapun objek pajak yang dimaksud sebagai berikut:

- a. reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya.
- b. reklame kain.
- c. reklame melekat, stiker.
- d. reklame selebaran.
- e. reklame berjalan, termasuk pada kendaraan
- f. reklame udara.
- g. reklame apung.
- h. reklame suara.
- i. reklame film/slide.
- j. reklame peragaan.

D. Bukan Objek Pajak Reklame

Adapun yang tidak termasuk sebagai objek Pajak Reklame menurut Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah Bab VI Bagian Kesatu Pasal 26 ayat (4) adalah sebagai berikut:

- a. penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;

- b. label/ merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- c. nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
- d. reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah, organisasi kemasyarakatan, partai politik, lembaga sosial, keagamaan dan pendidikan tanpa menggunakan label/merk produk dagang.

E. Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah Bab VI Bagian Kesatu Pasal 27 adalah sebagai berikut.

- (1) Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan Reklame.
- (2) Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan Reklame.
- (3) Dalam hal Reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau Badan, Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan tersebut.

- (4) Dalam hal Reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame.

F. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah Bab VI Bagian Kedua Pasal 28 adalah sebagai berikut.

- (1) Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame.
- (2) Dalam hal Reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.
- (3) Dalam hal Reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media Reklame.
- (4) Dalam hal Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (3).

G. Tarif Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah Bab VI Bagian Kedua Pasal 29, tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

H. Perhitungan Pajak Reklame

Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame yang ditetapkan dalam Keputusan Walikota Makassar Nomor: 500/423/KEP/IV/09 Tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar adalah.

A. Reklame Permanen

$$\text{NSR} = \text{Jenis Reklame} \times \text{Masa Pajak} \times \text{Nilai Jual Objek Pajak (Luas Bidang/ m2)} \times \text{Nilai Strategis (Lokasi + Sudut Pandang + Ketinggian)}$$

B. Reklame Insidental

$$\text{NSR} = \text{Jenis Reklame} \times \text{Masa Pajak} \times \text{Satuan M2 (jumlah)} \times \text{Nilai Jual Objek Pajak Reklame} \times \text{Nilai Strategis (Penggolongan Kelas Menurut Jalan)}$$

Adapun perhitungan besaran pokok Pajak Reklame yang terutang sebagaimana yang dimaksud oleh Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Bab VI Bagian Kedua Pasal 30 adalah.

$$\begin{aligned} \text{Pajak Terutang} &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak.} \\ &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Nilai Sewa Reklame.} \end{aligned}$$

I. Wilayah Pemungutan dan Masa Pajak

Menurut Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah Bab VI Bagian Kedua Pasal 30 adalah.

(1) Pajak Reklame yang terutang dipungut dalam Kota Makassar

(2) Tahun Pajak adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) tahun takwin.

9. Potensi

Definisi potensi menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008:1207)

Potensi adalah daya kekuatan; kemampuan; kesanggupan

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa potensi pajak reklame yang dimaksud adalah segala kempuan yang dimiliki pajak reklame untuk menjadi sumber penerimaan bagi suatu daerah, sehingga pajak reklame dapat pula dikatakan sebagai target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar berdasarkan hasil perhitungan yang akan dicapai dalam suatu periode.

Adapun rumus perhitungan potensi pajak raklame (Prakosa, 2005:151) yaitu:

$$\text{Potensi Pajak Reklame (PPrk)} = R \times S \times D \times Pr$$

Keterangan:

PPrk : Potensi Pajak Reklame

R : Jumlah Reklame

S : Ukuran Reklame/ Luas Reklame

D : Jumlah har

Pr : Tarif Reklame

10. Efektifitas

Efektifitas menurut John (2009:online) Efektifitas adalah pencapaian target output yang diukur dengan cara membandingkan output anggaran atau seharusnya (OA) dengan output realisasi atau sesungguhnya (OS), jika $(OA) > (OS)$ disebut efektif”.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa efektifitas selalu memiliki keterkaitan erat antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Efektifitas merupakan suatu pengukur keberhasilan terhadap organisasi dalam pencapaian tujuannya. Organisasi tersebut dikatakan efektif apabila telah berhasil mencapai apa yang diharapkan.

Adapun pengukuran nilai efektifitas secara lebih rinci berdasarkan kriteria kinerja keuangan Kepmendagri No.690.900.327 tahun 1996 tentang pedoman penilaian dan kinerja keuangan yang disusun dalam tabel berikut:

B. Penelitian Terdahulu

Prathiwi (2013) tentang Analisis strategi penerimaan pajak bumi dan bangunan pedesaan dan perkotaan (PBB P2) serta efektifitas penerimaannya di pemerintah Kota Denpasar penelitian ini menemukan bahwa kendala yang dialami oleh pemerintah kota Denpasar adalah karena PBB P2 merupakan pajak baru sehingga pemda mengalami kesulitan dalam pengelolaannya, aplikasi SISMIOP yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak tidak berjalan dengan baik, sarana dan prasarana yang kurang memadai serta

membutuhkan biaya yang besar, serta sumber daya manusia yang tidak optimal dalam memberikan pelayanan. Pemerintah kota Denpasar melakukan tiga tahapan strategi yaitu tahap perencanaan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Penerimaan PBBP2 kota Denpasar tergolong sangat efektif dengan presentase di atas seratus persen.

Pratiwi dan Setiawan (2014) melakukan penelitian tentang Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan Perusahaan, dan Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, dan persepsi tentang sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Variabel bebas terhadap kepatuhan wajib pajak reklame mempunyai kontribusi sebesar 69,5 persen, sedangkan 30,5 persen dipengaruhi oleh faktor lain diluar modal.

Lamia, dkk (2015) melakukan penelitian yang berjudul *The analysis of effectiveness and contribution receipts tax restaurant, advertising tax and street lighting levy district region own source revenue north minahasa*. Penelitian ini menemukan bahwa Hasil efektivitas penerimaan pajak restoran, pajak reklame, dan pajak penerangan jalan pada tahun 2010-2014 sangat efektif. Penerimaan pajak restoran, pajak reklame, dan pajak penerangan jalan pada tahun 2010-2014 memberikan kontribusi yang baik terhadap PAD. Pimpinan DISPENDA sebaiknya berkomitmen pada target yang akan dicapai

di setiap tahunnya, serta berupaya untuk meningkatkan kontribusi pajak restoran, pajak reklame, dan pajak penerangan jalan bagi pendapatan daerah.

Yulia Priskila Lumentah (2013) melakukan penelitian tentang Analisis Penerapan Sistem Pemungutan Pajak Hiburan di Kota Manado. Penelitian menunjukkan bahwa sistem pemungutan pajak hiburan yang diterapkan oleh Dinas pendapatan Daerah Kota Manado selaku fiskul telah dilaksanakan dengan baik, karena telah sesuai dengan peraturan Daerah No.2 Tahun 2011 dan permendagri No.43 Tahun 1999. Dinas pendapatan Daerah Kota Manado hendaknya terus mempertahankan sistem pemungutan pajak hiburan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kusuma dan Wirawati (2013) melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh Penerimaan Pajak Daerah dan Restribusi Daerah Terhadap Peningkatan PAD Sekabupaten/Kota di Provinsi Bali. Penelitian menemukan bahwa penerimaan pajak dan retribusi daerah berpengaruh signifikan terhadap peningkatan PAD, sedangkan dilihat dari kontribusinya pajak daerah lebih dominan mempengaruhi peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) yakni sebesar 84,9% sedangkan untuk kontribusi retribusi daerah hanya sebesar 16,6%.

Pesik tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado. Menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di kota Manado adalah peraturan daerah, kebijakan pemerintah, reklame rokok dan minuman beralkohol, reklame videotron, reklame yang diadakan oleh pemerintah, event-event

internasional dan nasional, serta kelas jalan. Jumlah penerimaan pajak reklame terbesar terjadi pada tahun 2006, namun pada tahun 2003 penerimaan pajak reklame sangat rendah jika dibandingkan dengan rata-rata penerimaan pajak reklame. Kiranya pemerintah Kota Manado dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame.

Muharidho dan Fanida tentang Strategi Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Jombang. Menemukan bahwa saat ini termasuk penerimaan yang berada pada level bawah dibandingkan dengan penerimaan pajak lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari penerimaan pajak dari pajak reklame yang masih berada di bawah pajak lainnya, padahal pemanfaatan reklame oleh para pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya agar di konsumsi masyarakat dapat dikatakan semakin meningkat.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode&Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Widyani ngsih Aristanti (2009)	Anlisis potensi penerimaan pajak reklame kota bandung periode tahun 2001-2007	Metode Deskriptif, Untuk menghitung potensi perolehan pajak reklame yang seharusnya diterima oleh pemerintah kota Bandung	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis potensi penerimaan pajak reklame Kota Bandung dari tahun 2001 hingga tahun 2007, dapat ditarik kesimpulan bahwa potensi penerimaan pajak reklame untuk tahun 2003 sampai dengan tahun 2007 masih di atas target

				dan realisasi yang dicapai pemda Kota Bandung. Sedangkan untuk tahun 2001 dan 2002 berada di bawah target dan realisasi yang diperoleh.
2	Ardhiansyah Diaz, Rahuyu Magesti Sri, Rosaini Achmad (2014)	Analisis Potensi Pajak Hotel dan Pajak Restoran dan Kontribusi Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)	Metode penelitian deskriptif, mengenai wajib pajak hotel dan pajak restoran. Setelah itu akan dibandingkan antara jumlah potensi, tingkat efektivitasnya, prosentase laju pertumbuhannya dan nilai kontribusi pajak hotel dan pajak restoran terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah di Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu yang dimulai pada tahun 2011 hingga 2013.	1. Perlu adanya inisiatif dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu untuk melakukan pendataan ulang mengenai jumlah wajib pajak dan objek pajak hotel dan pajak restoran 2. Peningkatan pengawasan dan penegakan serta pengetatan sanksi administrasi terhadap wajib pajak agar tercapai efek jera bagi pelanggarnya. 3. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang terdapat di Dispenda Kota Batu.
3	Watini Sri, Lingga Salsalina (2010)	Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung	Analisis yang digunakan adalah metode deskriptif. Apabila data penelitian tidak berdistribusi normal maka model regresi sederhana ini tidak layak untuk digunakan sehingga analisis tidak dapat dilanjutkan.	a. Perlu dilakukan peninjauan kembali nilai sewa reklame yang berlaku karena sampai tahun 2010 yang dijadikan dasar dari nilai sewa reklame adalah Keputusan Walikota Bandung Nomor 1133 Tahun 2003 tentang Hasil Nilai Sewa Reklame dan Masa Pajak Reklame. Dengan adanya pembaharuan nilai sewa reklame yang relevan dengan perkembangan kondisi Kota Bandung,

				<p>diharapkan dapat meningkatkan penerimaan yang berasal dari pemungutan pajak reklame sehingga dapat memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi penerimaan Pajak Daerah. b. Perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai penyelenggaraan reklame yang dikenai pajak melalui media masa sehingga masyarakat menyadari untuk membayar pajak reklame dan tidak sembarang memasang reklame tanpa membayar pajak reklame.</p>
4	<p>Prathiwi Apshari Metha Ayuwida , Herawati Trisna Nyoman, Sulinda wati Erni Gede Lu Ni (2013)</p>	<p>Analisis strategi penerimaan pajak bumi dan bangunan pedesaan dan perkotaan (PBB P2) serta efektifitas penerimaan ya di pemerintah Denpasar</p>	<p>Penelitian deskriptif penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana efektivitas penerimaan PBB P2 dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara, dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan melalui berbagai teknik tersebut kemudian dianalisis.</p>	<p>Perkotaan (PBB P2) merupakan salah satu jenis pajak pusat yang saat ini penerimaannya dikelola oleh pusat. Sebagai pajak daerah yang baru, tentu dalam persiapannya menimbulkan berbagai kendala, diantaranya software yang diberikan oleh Dirjen Pajak yang biasanya digunakan sebagai sistem pemungutan pajak tidak dapat digunakan sehingga Pemkot Denpasar harus menjalin kerja sama dengan Universitas Gadjah Mada dalam pembuatan software yang diperlukan dalam penerimaan PBB. Kendala yang kedua yaitu sarana dan prasarana yang memadai.</p>

				<p>Pengadaan Hardware sebagai sarana yang dibutuhkan dalam pengelolaan PBB membutuhkan anggaran biaya yang sangat mahal, sehingga Pemkot mengalami kesulitan dalam proses pengadaan hardware tersebut.</p>
5	Pratiwi Andriani Mas Agung M.A. I G, Setiawan Ery Putu (2014)	<p>Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan Perusahaan dan Presepsi Tentang Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar</p>	<p>Metode kuantitatif dengan tingkat eksplanasi penelitian berbentuk penelitian asosiatif menggunakan tipe kausalitas. Kepatuhan wajib pajak reklame menjadi variabel terikat dalam penelitian ini, sedangkan kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, dan persepsi tentang sanksi perpajakan menjadi variabel bebas yang diteliti.</p>	<p>Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengujian data dan pembahasan pada penelitian ini adalah kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, dan persepsi tentang sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar.</p>
6	Lamia A. alfan, sareang. E. P David, Wokas N. R Heince (2015)	<p>Analisis Efektif dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame, dan Pajak Penerangan Jalan Pada Pendapatan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dengan melakukan pengkajian data dalam bentuk deskriptif atau berbentuk uraian</p>	<p>1. Tingkat efektivitas penerimaan pajak restoran, pajak reklame dan pajak penerangan jalan yang diterima oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Minahasa Utara pada tahun 2010-2014 sangat bervariasi, namun secara keseluruhan sudah efektif. 2. Jumlah penerimaan pajak</p>

		Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara		restoran, pajak reklame dan pajak penerangan jalan Kabupaten Minahasa Utara Tahun 2010-2014 memberikan kontribusi yang baik terhadap PAD Kabupaten Minahasa Utara. 3. Realisasi Penerimaan PAD Kabupaten Minahasa Utara dalam lima tahun terakhir yaitu dari tahun 2010-2014 mengalami peningkatan disetiap tahunnya.
7	Lumentah Rizqilah Yulia (2013)	Analisis Penerapan Sistem Pemungutan Pajak Hiburan di Kota Manado	Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu hanya mendeskripsikan kesimpulan dari hasil analisis dokumen yang menjadi obyek penelitian. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya.	Tarif pajak hiburan dan perhitungan yang dipungut oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado telah sesuai dengan peraturan yang berlaku, yaitu Peraturan Daerah Kota Manado No.2 Tahun 2011. Prosedur pendaftaran dan pendataan, penetapan, penyetoran, angsuran dan penundaan pembayaran, pembukuan dan pelaporan serta penagihan pajak hiburan yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado telah sesuai dengan peraturan yang berlaku, yaitu Permendagri No.43 Tahun 1999. Sedangkan prosedur keberatan dan banding, pembetulan, pembatalan, pengurangan ketetapan, dan penghapusan atau pengurangan sanksi administrasi dan pengembalian kelebihan pembayaran pajak hiburan tidak dilakukan, karena pajak hiburan menggunakan

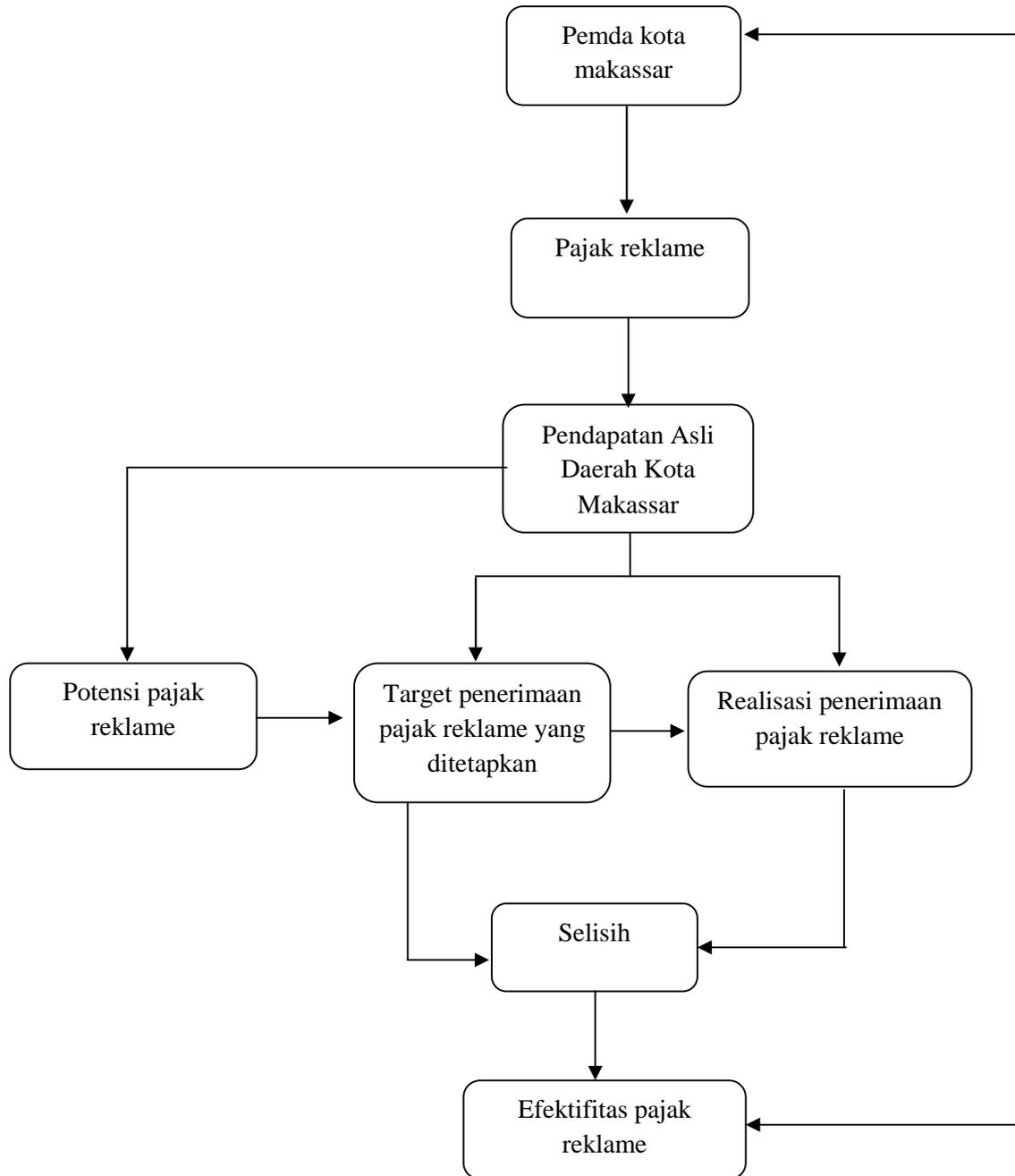
				sistem self assessment. Realisasi pajak hiburan kota Manado terus meningkat, karena prosedur pemungutan pajak hiburan telah sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Manado No.2 Tahun 2011 dan Permendagri No.43 Tahun 1999.
8	Kusuma Anggar Artha Krisna. Md, Mirawati Putu. Gst Ni (2013)	Analisis Pengaruh Penerimaan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Terhadap Peningkatan Pada Se-Kabupaten Kota di Provinsi Bali	Dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif, dan terdiri dari dua variabel bebas yaitu pajak daerah dan retribusi daerah yang memiliki hubungan langsung terhadap variabel terikat yaitu pendapatan asli daerah.	1) Hasil pengujian secara parsial, menunjukkan bahwa variabel penerimaan pajak daerah berpengaruh signifikan terhadap peningkatan PAD se-Kabupaten/Kota di Provinsi Bali. 2) Hasil pengujian secara parsial, menunjukkan bahwa variabel penerimaan retribusi daerah berpengaruh signifikan terhadap peningkatan PAD se-Kabupaten/Kota di Provinsi Bali. 3) Hasil statistik menjelaskan bahwa penerimaan pajak daerah lebih dominan kontribusinya dalam peningkatan PAD Provinsi Bali yakni sebesar 84,9% sedangkan untuk retribusi daerah hanya 16,6% kontribusinya terhadap PAD se-Kabupaten/Kota di Provinsi Bali.
9	Pesik Fransisca Vera (2013)	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Manado	Menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Letak perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah pada alat analisis yang digunakan, dalam	1. Hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado, yaitu: (a) Peraturan daerah, (b) Kebijakan pemerintah, (c) Reklame videotron, (d) Reklame yang diadakan oleh pemerintah,

			<p>penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif kualitatif, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan alat analisis regresi linear berganda.</p>	<p>(e) Jumlah unit usaha, (f) Event-event internasional dan nasional, (g) Kelas jalan 2. Penerimaan pajak reklame kurun waktu tahun 2003-2012 mengalami fluktuasi. Tahun 2003 sampai tahun 2005 penerimaan pajak reklame terus mengalami peningkatan dengan presentase kenaikan yang berbeda-beda. Sedangkan tahun 2006-2012 penerimaan pajak reklame tidak stabil. Dilihat dari rata-rata penerimaan pajak reklame, jumlah penerimaan reklame tertinggi terjadi pada tahun 2006 dari jumlah rata-rata penerimaan pajak reklame di Kota Manado. Tahun 2003 penerimaan pajak reklame sangat rendah jika dibandingkan dengan rata-rata penerimaan pajak reklame, yang ada.</p>
10	<p>Muharid ho Erwin, AP. M., AP,S, Fanida Ani Eva (2012)</p>	<p>Stragi Dinas Pendapatan Pengelola Keuangan dan Asset Daerah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Jombang</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif,</p>	<ol style="list-style-type: none"> a. Memprakarsai dan menyepakati suatu proses perencanaan strategis. b. Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi. c. Menilai lingkungan eksternal : peluang dan ancaman. d. Menilai lingkungan internal : Kekuatan dan kelemahan. e. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi. f. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu.

C. Kerangka Pemikiran

Dalam menghitung besar potensi pajak reklame, terlebih dahulu akan diperbandingkan antara jumlah realisasi penerimaan pajak reklame yang telah ada dengan jumlah target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Makassar. Selisih perbandingan tersebut merupakan potensi pajak reklame yang belum tergali secara maksimal. Ketika realisasi penerimaan pajak reklame lebih besar dari target yang ditetapkan berarti pajak reklame memiliki potensi yang cukup besar, namun sebaliknya apabila realisasi penerimaan lebih kecil dari target yang ditetapkan hal ini menunjukkan kurang maksimalnya Pemerintah Kota Makassar dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame.

Ketika hasil perhitungan potensi pajak reklame telah didapatkan maka dapat pula diukur efektifitas dari pemungutan pajak reklame tersebut, karena efektifitas pajak reklame dapat dihitung melalui perbandingan antara besarnya realisasi penerimaan pajak reklame dan potensi penerimaan pajak reklame. Kerangka pemikiran di atas dapat digambarkan sebagai berikut:



D. Hipotesis

Potensi pendapatan pajak reklame untuk pemerintah daerah kota makassar cukup signifikan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Kantor Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA) Kota Makassar di Jl. Urip Sumiharjo, Maccini, Kec. Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Data Subyek yaitu data yang didapatkan peneliti melalui wawancara langsung dengan staf Dinas Pendapatan Kota Makassar.
2. Data Fisik yaitu data yang didapatkan peneliti dari buku atau literatur yang dapat mendukung penelitian ini.
3. Data Dokumenter yaitu data yang didapatkan peneliti dari jurnal atau artikel yang dapat mendukung penelitian ini.

Adapun sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh peneliti melalui pengamatan langsung dari hasil dokumentasi dan wawancara peneliti terhadap objek penelitian.

2. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari hasil dokumentasi dan penelitian yang dilakukan oleh pihak lain yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh informasi dan data yang akan dikelola untuk penelitian ini, maka peneliti melakukan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Tinjauan Pustaka

yaitu penelitian yang dilakukan peneliti dengan cara mempelajari dan membaca literatur-literatur yang memiliki keterkaitan permasalahan dengan objek penelitian.

2. Wawancara

yaitu penelitian yang dilakukan peneliti dengan proses komunikasi berupa tanya jawab langsung kepada pegawai Dinas Pendapatan Kota Makassar untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

1. Dokumentasi

yaitu penelitian yang dilakukan peneliti dengan mengumpulkan data dari Dinas Pendapatan Kota Makassar untuk dijadikan data penelitian.

2. Observasi

yaitu penelitian yang dilakukan peneliti dengan melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas pegawai di kantor Dinas Pendapatan Kota Makassar.

D. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif Kualitatif dan deskriptif Kuantitatif.

1. Deskriptif Kualitatif yaitu metode yang berusaha menampilkan kondisi yang didapatkan peneliti pada saat melakukan penelitian. Penelitian deskriptif Kuantitatif ini bertujuan untuk menggambarkan Potensi yang dimiliki Pajak Reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Makassar.
2. Deskriptif kuantitatif merupakan metode analisis yang dilakukan terhadap data yang berbentuk angka dan diperoleh dalam bentuk laporan keuangan.

E. Efektifitas Pajak Reklame

Efektifitas merupakan suatu pengukur keberhasilan terhadap organisasi dalam pencapaian tujuannya. Apabila konsep efektifitas dikaitkan dengan pemungutan pajak reklame, maka efektifitas yang dimaksudkan adalah seberapa besar realisasi penerimaan pajak reklame yang didapatkan dari jumlah penerimaan potensi pajak yang telah ditetapkan dalam suatu periode.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah singkat perusahaan/lembaga

Sebelum terbentuknya Dinas Pendapatan Kota Tingkat II Makassar, Dinas Pasar, Dinas Air Minum dan Dinas Penghasilan Daerah dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Walikota Nomor 155/Kep/A/V/1973 Tanggal 24 Mei 1973 terdiri dari beberapa Sub Dinas Terminal Angkutan, Sub Dinas Pngelolaan Tanah Pasir, Sub Dinas Taman Hiburan Rakyat, Sub Dinas Pemeriksaan Kendaraan Tidak Bermotor dan Sub Dinas Administrasi.

Adanya Keputusan Walikota yang terdapat dalam Keputusan Daerah Tingkat II Ujung Pandang Nomor 74/S/Kep/A/V1977 Tanggal 1 April 1977 bersama dengan Surat Edaran Menteri Dalam Negeri Nomor 3/12/43 Tanggal 9 September 1975 dan Instruktur Menteri, Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Sulawesi Selatan tanggal 25 Oktober 1975 Nomor Keu/3/22/33 tentang pembentukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Ujung Pandang telah disempurnakan dan ditetapkan perubahan namanya menjadi Dinas Penghasilan Daerah yang kemudian menjadi unit-unit yang menangani sumber-sumber keuangan daerah seperti Dinas Perpajakan, Dinas Pasar dan Sub Dinas Pajak Parkir dan semua Sub-sub Dinas dalam

unit penghasilan daerah yang tergabung dalam unit penghasilan daerah dilebur dan dimasukkan pada unit kerja Dinas Pendapatan Daerah Kota Ujung Pandang. Seiring dengan adanya perubahan Kota Ujung Pandang menjadi Kota Makassar, secara otomatis nama Dinas Pendapatan Daerah Kota Ujung Pandang berubah menjadi Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kota Makassar.

B. Visi dan Misi Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar

Visi Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar, yaitu Prima dalam Pelayanan dan Unggul dalam Pengelolaan Pendapatan Daerah.

Misi Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar, yaitu sebagai berikut:

1. Menggali sumber-sumber PAD secara optimal.
2. Menyempurnakan sistem pengelolaan PAD.
3. Meningkatkan koordinasi.
4. Menyusun/merevisi kembali Peraturan Daerah.
5. Meningkatkan pengawasan pengolahan pendapatan daerah.
6. Meningkatkan kemampuan Sumber Daya Manusia.
7. Melakukan evaluasi secara berkala.
8. Menyediakan sarana dan prasarana yang memadai.
9. Meningkatkan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan agar terbina kesadaran Wajib Pajak/Wajib Retribusi.

C. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar

1. Tugas Pokok

Tugas pokok Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar yaitu merumuskan, membina, mengendalikan, dan mengelolah serta mengkoordinir kebijakan bidang pendapatan daerah.

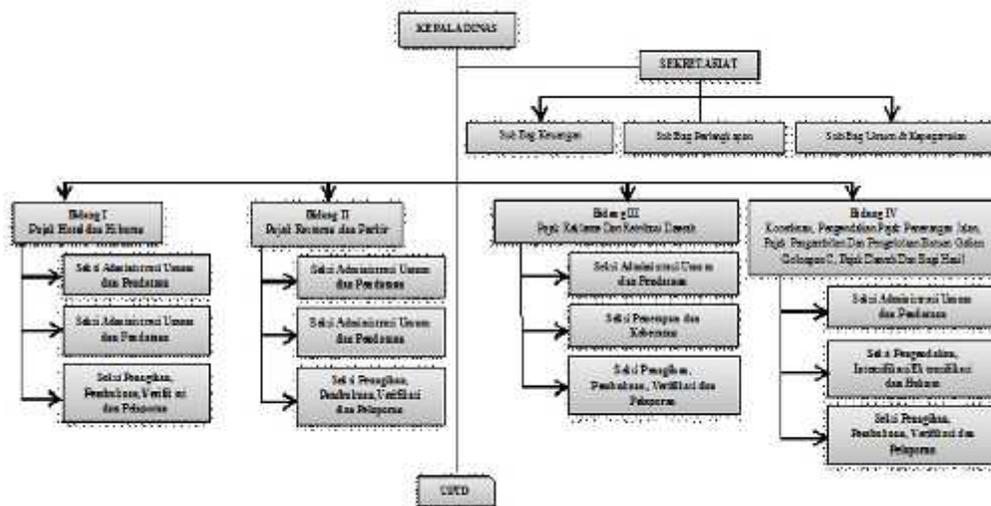
2. Fungsi

Fungsi Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar, yaitu sebagai berikut.

- a. Penyusunan rumusan kebijakan teknis di bidang pengelolaan pendapatan serta melakukan pendataan potensi sumber-sumber pendapatan daerah.
- b. Penyusunan rencana dan program evaluasi pelaksanaan pungutan pendapatan daerah.
- c. Pelaksanaan perencanaan dan pengendalian teknis operasional bidang pendataan, penetapan, keberatan, dan penagihan serta pembukuan pajak hotel, pajak hiburan, pajak restoran, pajak parkir, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak pengambilan dan pengelolaan batuan galian golongan C serta pajak/pendapatan daerah dan retribusi daerah lainnya.
- d. Pelaksanaan perencanaan dan pengendalian teknis operasional bidang bagi hasil dan pendapatan lainnya serta intensifikasi dan ekstensifikasi.

- e. Pelaksanaan perencanaan dan pengendalian teknis operasional pengelolaan keuangan, kepegawaian dan pengurusan barang milik daerah yang berada dalam penguasaannya.
- f. Pelaksanaan kesekretariatan dinas;
- g. Pembinaan unit pelaksana teknis

D. Struktur Organisasi Dispenda Kota Makassar



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar

E. Uraian Tugas Jabatan Struktural pada Dispenda Kota Makassar

1. Kepala Dinas

Merencanakan, merumuskan, mengembangkan, mengkoordinasi, dan mengendalikan tugas desentralisasi, dekonsentrasi dan tugas pembantu di bidang pendapatan.

2. Sekretariat

Sekretariat Dinas dipimpin sekretaris di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Dinas. Sekretariat mempunyai tugas memberikan pelayanan administratif bagi seluruh satuan kerja di lingkungan Dinas Pendapatan Kota Makassar. Dalam melaksanakan tugas, Sekretariat menyelenggarakan fungsi:

- a. pengelolaan kesekretariatan;
- b. pelaksanaan urusan kepegawaian dinas;
- c. pelaksanaan urusan keuangan dan penyusunan neraca SKPD;
- d. pelaksanaan urusan perlengkapan;
- e. pelaksanaan urusan umum dan rumah tangga;
- f. pengkoordinasian perumusan program dan rencana kerja Dinas Pendapatan;
- g. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan.

3. Subbagian Umum dan Kepegawaian

Subbagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas menyusun rencana kerja, melaksanakan tugas teknis ketatausahaan, mengelolah administrasi kepegawaian serta melaksanakan urusan kerumahtanggaan dinas. Dalam melaksanakan tugas Subbagian Umum dan Kepegawaian menyelenggarakan fungsi:

- a. melaksanakan penyusunan rencana dan program kerja Subbagian Umum dan Kepegawaian;

- b. mengatur pelaksanaan kegiatan sebagian urusan ketatausahaan meliputi surat-menyurat, kearsipan, surat perjalanan dinas, dan mendistribusikan surat sesuai bidang;
- c. melaksanakan urusan kerumahtanggaan dinas;
- d. melaksanakan usul kenaikan pangkat, mutasi dan pensiun;
- e. melaksanakan usul gaji berkala, usul tugas belajar dan izin belajar;
- f. menghimpun dan mensosialisasikan peraturan perundang-undangan dibidang kepegawaian dalam lingkup dinas;
- g. menyiapkan bahan penyusunan standarisasi yang meliputi bidang kepegawaian, pelayanan, organisasi dan ketatalaksanaan;
- h. melakukan koordinasi dengan unit kerja lain yang berkaitan dengan bidang tugasnya;
- i. melakukan koordinasi pada Sekretariat Korpri Kota Makassar;
- j. melaksanakan tugas pembinaan terhadap anggota Korpri pada unit kerja masing-masing;
- k. menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- l. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan.

4. Subbagian Keuangan

Subbagian Keuangan mempunyai tugas menyusun rencana kerja dan melaksanakan tugas teknis keuangan. Dalam melaksanakan tugas Subbagian Keuangan menyelenggarakan fungsi:

- a. menyusun rencana dan program kerja Subbagian Keuangan;
- b. mengumpulkan dan menyusun Rencana Kerja Satuan Kerja Perangkat Daerah; mengumpulkan dan menyiapkan bahan penyusunan Rencana Kerja
- c. Anggaran (RKA) dan Dokumen Perencanaan Anggaran (DPA) dari masing-masing Bidang dan Sekretariat sebagai bahan konsultasi perencanaan ke Bappeda melalui Kepala Dinas;
- d. menyusun realisasi perhitungan anggaran dan administrasi perbendaharaan dinas;
- e. mengumpulkan dan menyiapkan bahan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi dari masing-masing satuan kerja;
- f. menyusun laporan neraca SKPD dengan melakukan koordinasi dengan Subbagian Perlengkapan;
- g. menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- h. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan.

5. Subbagian Perlengkapan

Subbagian Perlengkapan mempunyai tugas menyusun rencana kerja, melaksanakan tugas teknis perlengkapan, membuat laporan serta mengevaluasi semua pengadaan dan pemanfaatan barang. Dalam

melaksanakan tugas Subbagian Perlengkapan menyelenggarakan fungsi:

- a. menyusun rencana dan program kerja Dinas Pendapatan;
 - b. menyusun Rencana Kebutuhan Barang Unit (RKBU) Dinas;
 - c. membuat usulan Rencana Kerja Kebutuhan Barang Unit (RKBU) Sekretariat dan Bidang-bidang;
 - d. membuat Daftar Kebutuhan Barang (RKB);
 - e. e. membuat Rencana Tahunan Barang Unit (RTBU);
 - f. menyusun kebutuhan biaya pemeliharaan untuk tahun anggaran dan bahan penyusunan APBD;
 - g. menerima dan meneliti semua pengadaan barang pada Dinas Pendapatan;
 - h. melakukan penyimpanan dokumen dan surat berharga lainnya tentang barang inventaris daerah;
 - i. menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
 - j. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan.
6. Bidang I Pajak Hotel dan Hiburan

Bidang I Pajak Hotel dan Hiburan mempunyai tugas melaksanakan pelayanan administrasi, pendataan, penetapan, keberatan, penagihan, pembukuan, verifikasi dan pelaporan Pajak Hotel dan Pajak Hiburan. Dalam melaksanakan tugas Bidang I Pajak Hotel dan Hiburan menyelenggarakan fungsi:

- a. melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya;
- b. melaksanakan pelayanan pendaftaran, pendataan, penetapan, keberatan, penerbitan Surat Ketetapan Pajak Daerah, penagihan, pembukuan, verifikasi dan pelaporan Pajak Hotel dan Pajak Hiburan;
- c. melaksanakan pembinaan sistem manajemen Pengelolaan Pajak;
- d. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan;
- e. pengelolaan administrasi urusan tertentu.

7. Bidang II Pajak Restoran dan Parkir

Bidang II Pajak Restoran dan Parkir mempunyai tugas melaksanakan pelayanan administrasi, pendataan, penetapan, keberatan, penagihan, pembukuan, verifikasi dan pelaporan Pajak Restoran dan Pajak Parkir. Dalam melaksanakan tugas, Bidang II Pajak Restoran dan Pajak Parkir menyelenggarakan fungsi: melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya;

- a. melaksanakan pelayanan pendaftaran, pendataan, penetapan, keberatan penerbitan surat ketetapan pajak daerah, penagihan, pembukuan, verifikasi dan pelaporan Pajak Restoran dan Pajak Parkir;
- b. melaksanakan pembinaan sistem manajemen Pengelolaan Pajak;
- c. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan;

d. pengelolaan administrasi urusan tertentu.

8. Bidang III Pajak Reklame dan Retribusi Daerah

Bidang III Pajak Reklame dan Retribusi Daerah mempunyai tugas melaksanakan pelayanan administrasi, pendataan, penetapan, keberatan, penagihan, pembukuan dan pelaporan Pajak Reklame dan Retribusi Daerah. Dalam melaksanakan tugas, Bidang III Pajak Reklame dan Retribusi Daerah menyelenggarakan fungsi:

- a. melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya;
- b. melaksanakan pelayanan pendaftaran, pendataan, penetapan, keberatan, penerbitan surat ketetapan pajak daerah, penagihan, pembukuan, verifikasi dan pelaporan Pajak Reklame dan Retribusi Daerah;
- c. melaksanakan pembinaan sistem manajemen Pengelolaan Pajak
- d. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan;
- e. pengelolaan administrasi urusan tertentu.

9. Bidang IV Koordinasi, Pengendalian Pajak Penerangan Jalan, Pajak Pengambilan dan Pengelolaan Batuan Galian Golongan C, Pajak Daerah dan Bagi Hasil

Bidang IV Koordinasi, Pengendalian Pajak Penerangan Jalan, Pajak Pengambilan dan Pengelolaan Batuan Galian Golongan C, Pajak Daerah dan Bagi Hasil mempunyai tugas melaksanakan tugas pokok mengendalikan, merencanakan, merumuskan serta melakukan

pengembangan, evaluasi, pengendalian dan pelaporan serta audit pajak dan retribusi. Dalam melaksanakan tugas, Bidang IV Koordinasi, Pengendalian Pajak Penerangan Jalan, Pajak Pengambilan dan Pengelolaan Batuan Galian Golongan C, Pajak Daerah dan Bagi Hasil menyelenggarakan fungsi:

- a. melaksanakan penyusunan rencana kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya;
- b. koordinasi dan pengendalian intensifikasi dan ekstensifikasi;
- c. mengkoordinasikan dan mengendalikan intensifikasi dan ekstensifikasi pajak-pajak dan retribusi;
- d. koordinasi dan pengendalian bagi hasil dan pajak daerah lainnya;
- e. pengendalian, pelaporan dan verifikasi;
- f. melaksanakan koordinasi antara seksi yang berkaitan dengan bidang tugasnya;
- g. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan;
- h. pengelolaan administrasi urusan tertentu.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sistem Pemungutan Pajak Reklame di Kota Makassar

Pajak reklame dilihat dari segi lembaga pemungutannya termasuk sebagai pajak daerah, hal ini sebagaimana disebutkan dalam Undang – undang Nomor 28 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah perubahan atas Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009.

Berdasarkan wawancara (2 Desember 2017) dengan Kepala Bidang III Pajak reklame diketahui bahwa sistem pemungutan pajak reklame di Kota Makassar hanya menerapkan satu sistem dalam pemungutan pajaknya. Hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

“Untuk pajak reklame sendiri kita menerapkan sistem official assessment atau yang biasa orang bilang taksasi.”

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa untuk pemungutan pajak reklame itu sendiri DISPENDA hanya menerapkan satu sistem saja yaitu sistem official Assesment dalam sistem ini memberikan wewenang kepada pemerintah untuk menghitung besaran pajak terutang yang akan dibayar oleh wajib pajak.

B. Analisis Potensi Pajak Reklame di Kota Makassar

Untuk menghitung potensi perolehan pajak reklame yang harus diterima Kota Makassar dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 5.1
Penggolongan/Jenis Reklame dan Jumlah Reklame Tahun 2014 s.d 2016

Golongan	Jenis Reklame	2014	2015	2016
a. Reklame Permanen	Reklame Megatron	1	7	4
	Reklame Bando	32	38	38
	Reklame Billboard	1.373	1.744	2.172
	Reklame Papan (Menempel)	1.661	1.775	1.738
b. Reklame Insidental	Reklame Baliho	323	677	608
	Reklame Kain/Spanduk	1.163	1.671	1.432
	Reklame Berjalan (Mobil)	41	50	81
	Total	4.594	5.962	6.073

Sumber : Data sekunder DISPENDA Bidang III Kota Makassar

Dengan Asumsi.

1. Rata – rata masa pajak:
 - a. reklame megatron : 1 tahun
 - b. reklame bando : 1 tahun
 - c. reklame billboard : 1 tahun
 - d. reklame papan (menempel) : 1 tahun
 - e. reklame baliho : 1 minggu
 - f. reklame kain/ spanduk : 1 minggu
 - g. reklame berjalan (mobil) : 1 tahun
2. Rata – rata ukuran reklame :
 - a. reklame megatron : 4 m x 8 m
 - b. reklame bando : 5 m x 10 m
 - c. reklame billboard : 4 m x 6 m
 - d. reklame papan (menempel) : 2 m x 4 m

- e. reklame baliho : 4 mx 6 m
 - f. reklame kain/ spanduk : 1 m x 4 m
 - g. reklame berjalan (mobil) : 1 m x 1 m
3. Rata – rata lokasi pemasangan reklame :
- a. reklame megatron : jalan kelas A
 - b. reklame bando : jalan kelas A
reklame billboard : jalan kelas A
 - c. reklame papan (menempel) : jalan kelas A
 - d. reklame baliho : jalan kelas A
 - e. reklame kain/ spanduk : jalan kelas A
 - f. reklame berjalan (mobil) : jalan kelas A
4. Rata – rata sudut pandang pemasangan reklame :
- a. reklame megatron : 1 arah
 - b. reklame bando : 1 arah
 - c. reklame billboard : 1 arah
 - d. reklame papan (menempel) : 1 arah
 - e. reklame baliho : -
 - f. reklame kain/ spanduk : -
 - g. reklame berjalan (mobil) : -
5. Rata – rata ketinggian reklame:
- a. reklame megatron : 10 m
 - b. reklame bando : 10 m
 - c. reklame billboard : 4 m

- d. reklame papan (menempel) : 4 m
- e. reklame baliho : -
- f. reklame kain/ spanduk : -
- g. reklame berjalan (mobil) : -

Adapun perhitungan rumus pajak reklame (Prakosa, 2005:151) yaitu :

$$\text{Potensi Pajak Reklame (PPrk)} = R \times S \times D \times Pr$$

Dalam Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah menyebutkan bahwa perhitungan besaran pokok pajak reklame yang terutang dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak atau nilai sewa reklame. Adapun cara perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan dalam Keputusan Walikota Makassar Nomor: 500/423KEP/IV/09.

Tabel 5.2
Analisis Ukuran Potensi Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2014-2016

Jenis Reklame	Ukuran
1. Reklame Permanen a. Reklame Megatron	Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)
	Ukuran Reklame : 4 x 8 Luas Bidang > 25m ² : Rp. 4.000.000,- Jumlah= 4 x 8 x Rp.4.000.000,- = Rp. 128.000.000,-
	Nilai Strategis (NS)
	Nilai Satuan Nilai Strategis > 25 m ² : Rp. 600.000,- Lokasi (Bobot x Skor) : 60% x 3 = 1,8 Sudut Pandang 1 arah (Bobot x Skor) : 15% x 1 = 0,15 Ketinggian 10m (Bobot x Skor) : 25% x 3 = 0,75 Jumlah = Rp. 600.000,- x (1,8+0,15+0,75) = Rp. 600.000,- x 2.7 = Rp. 1.620.000,-
	NSR (NJOPR + NS) = Rp. 129.620.000,-

b. Reklame Bando	Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)
	Ukuran Reklame : 5 x 10 Luas Bidang > 25 m2 (50 m2) : Rp. 2.500.000,- Jumlah = 5 x 10 x Rp.2.500.000,- = Rp. 125.000.000,-
	Nilai Strategis (NS)
	Nilai Satuan Nilai Strategis > 25 m2 : Rp. 600.000,- Lokasi (Bobot x Skor) : 60% x 3 = 1,8 Sudut Pandang 1 arah (Bobot x Skor) : 15% x 1 = 0,15 Ketinggian 10m (Bobot x Skor) : 25% x 3 = 0,75 Jumlah = Rp. 600.000,- x (1,8+0,15+0,75) = Rp. 600.000,- x 2.7 = Rp. 1.620.000,-
	NSR (NJOPR + NS) = Rp. 126.620.000,-
c. Reklame Billboard	Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)
	Ukuran Reklame : 4 x 6 Luas Bidang 5 – 24,99m2 : Rp. 1.300.000,- Jumlah = 4 x 6 x Rp.1.300.000,- = Rp. 31.200.000,-
	Nilai Strategis (NS)
	Nilai Satuan Nilai Strategis 5 - 24,99m2 : Rp. 400.000,- Lokasi (Bobot x Skor) : 60% x 3 = 1,8 Sudut Pandang 1 arah (Bobot x Skor) : 15% x 1 = 0,15 Ketinggian 4m (Bobot x Skor) : 25% x 1 = 0,25 Jumlah = Rp. 400.000,- x (1,8+0,15+0,25) = Rp. 400.000,- x 2.2 = Rp. 880.000,-
	NSR (NJOPR + NS) = Rp. 32.080.000,-
d. Reklame Papan (Melekat)	Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)
	Ukuran Reklame : 2 x 4 Luas Bidang 5 – 24,99m2 : Rp. 600.000,- Jumlah = 2 x 4 x Rp.600.000,- = Rp. 4.800.000,-
	Nilai Strategis (NS)
	Nilai Satuan Nilai Strategis 1 - 4,99m2 : Rp.200.000,- Lokasi (Bobot x Skor) : 60% x 3 = 1,8 Sudut Pandang 1 arah (Bobot x Skor) : 15% x 1 = 0,15 Ketinggian 4m (Bobot x Skor) : 25% x 1 = 0,25 Jumlah = Rp. 400.000,- x (1,8+0,15+0,25) = Rp. 400.000,- x 2.2

	= Rp. 880.000,-
	NSR (NJOPR + NS) = Rp.5.680.000,-
2. Reklame Insidental	Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)
a. Reklame Baliho	Ukuran Reklame : 4 x 6 Luas Bidang 5-24,99m ² : Rp. 125.000,- Jumlah = 4 x 6 x Rp.125.000,- = Rp. 3.000.000,-
	Nilai Strategis (NS)
	Jalan Kelas A : Rp. 50.000,-
	NSR (NJOPR + NS) = Rp. 3.050.000,-
b. Reklame Kain/Spanduk	Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)
	Ukuran Reklame : 1 x 4 Luas Bidang 1-4,99m ² : Rp. 25.000,- Jumlah = 1 x 4 x Rp.25.000,- = Rp. 100.000,-
	Nilai Strategis (NS)
	Jalan Kelas A : Rp. 50.000,-
	NSR (NJOPR + NS) = Rp. 150.000,-
c. Reklame Berjalan (Mobil)	Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)
	Ukuran Reklame : 1 x 1 Luas Bidang 1-4,99m ² : Rp. 1.125.000,- Jumlah = 1 x 1 x Rp. 1.125.000,- = Rp. 1.125.000,-
	Nilai Strategis (NS)
	Jalan Kelas A : Rp. 750.000,-
	NSR (NJOPR + NS) = Rp. 1.875.000,-

Sumber data diolah Sendiri

Tabel. 5. 3
Potensi Pajak Reklame Kota Makasar Tahun 2014

Golongan	Jenis Reklame	R	S	D	Pr	Jumlah
a. Reklame Permanen	Reklame Megatron	1	Rp. 129.620.000,-	1 Tahun	20%	Rp. 25.924.000,-
	Reklame Bando	32	Rp. 126.620.000,-	1 Tahun	20%	Rp. 810.368.000,-
	Reklame Billboard	1.373	Rp. 32.080.000,-	1 Tahun	20%	Rp. 8.809.168.000,-
	Reklame Papan (Menempel)	1.661	Rp. 5.680.000,-	1 Tahun	20%	Rp. 1.886.896.000,-
b. Reklame Insidental	Reklame Baliho	323	Rp. 3.050.000,-	1 Tahun	20%	Rp. 197.030.000,-
	Reklame Kain/Spanduk	1.163	Rp. 150.000,-	1 Tahun	20%	Rp. 34.890.000,-
	Reklame Berjalan (Mobil)	41	Rp. 1.875.000,-	1 Tahun	20%	Rp. 15.375.000,-
	Total Reklame	4.594	Total Potensi			

Sumber: Diolah Sendiri

Dari data terlampir tabel 5.3 dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 Dinas Pendapatan Kota Makassar menerima sebanyak 4.594 buah reklame yang terdiri dari reklame megatron sebanyak 1 buah, reklame bando sebanyak 32 buah, reklame billboard sebanyak 1.373, reklame papan (melekat) sebanyak 1.661, reklame baliho sebanyak 323 buah, reklame kain/ spanduk sebanyak 1.163, reklame berjalan (mobil) sebanyak 41 buah. Adanya jumlah reklame tersebut menggambarkan jumlah potensi yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan pajak reklame oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar untuk tahun 2014 sebesar Rp. 11.779.651.000,-

Tabel. 5.4
Potensi Pajak Reklame Kota Makasar Tahun 2015

Golongan	Jenis Reklame	R	S	D	Pr	Jumlah
a. Reklame Permanen	Reklame Megatron	7	Rp 129.620.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 226.835.000,-
	Reklame Bando	38	Rp. 126.620.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 1.202.890.000,-
	Reklame Billboard	1.744	Rp. 32.080.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 13.986.880.000,-
	Reklame Papan (Menempel)	1.775	Rp. 5.680.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 2.520.500.000,-
b. Reklame Insidental	Reklame Baliho	677	Rp. 3.050.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 516.212.500,-
	Reklame Kain/Spanduk	1.671	Rp. 150.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 62.662.500,-
	Reklame Berjalan (Mobil)	50	Rp. 1.875.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 23.437.500,-
	Total Reklame	5.962	Total Potensi			Rp. 18.539.417.500,-

Sumber : Diolah Sendiri

Dari data terlampir tabel 5.4 dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 Dinas Pendapatan Kota Makassar menerima sebanyak 5.962 buah reklame yang terdiri dari reklame megatron sebanyak 7 buah, reklame bando sebanyak 38 buah, reklame billboard sebanyak 1.744 reklame papan (melekat) sebanyak 1.775, reklame baliho sebanyak 677 buah, reklame kain/ spanduk sebanyak 1.671, reklame berjalan (mobil) sebanyak 50 buah. Adanya jumlah reklame tersebut

menggambarkan jumlah potensi yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan pajak reklame oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar untuk tahun 2015 sebesar Rp. 18.539.417.500,- .

Tabel. 5.5
Potensi Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2016

Golongan	Jenis Reklame	R	S	D	Pr	Jumlah
a. Reklame Permanen	Reklame Megatron	4	Rp 129.620.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 129.620.000,-
	Reklame Bando	38	Rp. 126.620.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 1.202.890.000,-
	Reklame Billboard	2.172	Rp. 32.080.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 17.419.440.000,-
	Reklame Papan (Menempel)	1.738	Rp. 5.680.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 2.467.960.000,-
b. Reklame Insidental	Reklame Baliho	608	Rp. 3.050.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 463.600.000,-
	Reklame Kain/Spanduk	1.432	Rp. 150.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 53.700.000,-
	Reklame Berjalan (Mobil)	81	Rp. 1.875.000,-	1 Tahun	25%	Rp. 37.968.750,-
	Total Reklame	6.073	Total Potensi			Rp. 21.775.178.750,-

Sumber : Diolah Sendiri

Dari data terlampir tabel 5.5 dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 Dinas Pendapatan Kota Makassar menerima sebanyak 6.073 buah reklame yang terdiri dari reklame megatron sebanyak 4 buah, reklame bando sebanyak 38 buah, reklame billboard sebanyak 2.172 reklame papan (melekat) sebanyak 1.738, reklame baliho sebanyak 608 buah, reklame kain/ spanduk sebanyak 1.432, reklame berjalan (mobil) sebanyak 81 buah. Adanya jumlah reklame tersebut menggambarkan jumlah potensi yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan pajak reklame oleh Dinas Pendapatan Kota Makassar untuk tahun 2016 sebesar Rp. 21.775.178.750,- .

C. Kontribusi Pajak Reklame

Tabel 5.6

Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah dan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Makassar Tahun 2012 – 2016

Tahun	Realisasi Penerimaan		Kontribusi		
	Pajak Reklame	Pajak Daerah	Pendapatan Asli Daerah	Pajak Daerah	Pendapatan Asli Daerah
2012	Rp. 4.843.715.225,-	Rp. 98.318.693.736,-	Rp. 154.911.936.959,-	4,93 %	3,12 %
2013	Rp. 7.093.462.210,-	Rp. 115.223.338.974,-	Rp. 170.698.725.814,-	6,16 %	4,15 %
2014	Rp. 11.336.841.164,-	Rp. 133.551.818.678,-	Rp. 210.136.331.088,-	8,49 %	5,40 %
2015	Rp. 16.936.119.593,-	Rp. 270.547.821.316,-	Rp. 351.692.552.588,-	6,26 %	4,81 %
2016	Rp. 18.866.776.421,-	Rp. 337.167.338.150,-	Rp. 484.972.799.508,-	5,59 %	3,89 %

Sumber : Diolah Sendiri

Dapat dilihat dari table 5.6 di atas pada tahun 2012 kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah mencapai 4,93% dan terhadap pendapatan asli daerah mencapai 3,12%, kemudian pada Tahun 2013 mengalami peningkatan yaitu sebesar 6,16% pada pajak daerah dan 4,15% pada pendapatan asli daerah, pada tahun 2014 kontribusi pajak reklame kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 8,49% pada pajak daerah dan 5,40% pada pendapatan asli daerah, persentase kontribusi pajak reklame mengalami penurunan pada tahun 2015 yaitu sebesar 6,26% pada pajak daerah dan 4,81% terhadap pendapatan asli daerah, penurunan kontribusi pajak reklame kembali terjadi di tahun 2016 yaitu sebesar 5,59% terhadap pajak daerah dan 3,89% terhadap pendapatan asli daerah.

D. Analisis Efektifitas Pajak Reklame

Efektifitas merupakan suatu pengukur keberhasilan terhadap organisasi dalam pencapaian tujuannya. Untuk mengetahui seberapa besar efektifitas dari pemungutan pajak reklame itu sendiri maka dapat diukur dengan melihat hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan atau target yang telah ditetapkan.

Tabel 5.7
Formula Perhitungan Efektifitas

	Kriteria Persentase	Formula
Analisis Efektifitas Perbandingan Potensi pajak Reklame	> 100% Efektif 85 s.d 99% Cukup Efektif	$\frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Potensi Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$
Analisis Efektifitas Berdasarkan Realisasi dan Target Pajak Reklame	65 s.d 84% Kurang Efektif < 65% Tidak Efektif	$\frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$

Data diolah sendiri

E. Analisis Efektifitas Perbandingan Potensi Pajak Reklame

Tabel 5.8
Perbandingan Efektifitas Potensi Pajak Reklame

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Potensi Pajak Reklame	Efektifitas	Keterangan
2014	Rp. 11.336.841.164,-	Rp. 11.779.651.000,-	96,24%	Cukup Efektif
2015	Rp. 16.936.119.593,-	Rp. 18.539.417.500,-	91,35%	Cukup Efektif
2016	Rp. 18.866.776.421,-	Rp. 21.775.178.750,-	86,64%	Cukup Efektif

Data diolah sendiri

Dari tabel di atas dapat dilihat seberapa besar tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame dari potensi yang ada.

1. Realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2014 sebesar Rp.11.336.841.164,- dan potensi yang dimiliki sebesar Rp. 11.779.651.000,. Adapun tingkat

efektifitas pemungutan pajak reklame dari potensi yang dimiliki sebesar 96,24%, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh DISPENDA Kota Makassar cukup efektif, namun masih terdapat 3,76% potensi yang belum tergali secara optimal.

2. Realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2015 sebesar Rp.16.936.119.593,- dan potensi yang dimiliki sebesar Rp. 18.539.417.500,- . Adapun tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame dari potensi yang dimiliki sebesar 91,35%, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh DISPENDA Kota Makassar cukup efektif, namun masih terdapat 8,65% potensi yang belum tergali secara optimal.
3. Realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2016 sebesar Rp. 18.866.776.421,- dan potensi yang dimiliki sebesar Rp. 21.775.178.750,- . Adapun tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame dari potensi yang dimiliki sebesar 86,64%, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh DISPENDA Kota Makassar cukup efektif, namun masih terdapat 13,36% potensi yang seharusnya dapat tergali untuk mengoptimalkan penerimaan pajak reklame.

F. Analisis Efektifitas Pajak Reklame Berdasarkan Realisasi Dan Target

Tabel 5.9
Tingkat Efektifitas Realisasi Pajak Reklame Kota Makassar

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Target Pajak Reklame	Efektifitas	Keterangan
2012	Rp. 4.843.715.225,-	Rp. 6.588.006.480,-	73,4%	Kurang Efektif
2013	Rp. 7.093.462.210,-	Rp.10.079.284.950,-	70,4%	Kurang Efektif
2014	Rp.11.336.841.164,-	Rp.10.386.827.000,-	109,1%	Efektif
2015	Rp.16.936.119.593,-	Rp.16.000.079.000,-	105,8%	Efektif
2016	Rp.18.866.776.421,-	Rp.18.488.581.150,-	102,3%	Efektif

Sumber: Diolah Sendiri

Dari tabel di atas dapat dilihat tingkat efektifitas pemungutan Pajak Reklame oleh DISPENDA Kota Makassar :

1. Tahun 2012 target pajak reklame sebesar Rp. 6.588.006.480,- dan Brealisasinya sebesar Rp. 4.843.715.225,-. Adapun tingkat efektifitas pemungutannya sebesar 73,4%.
2. Tahun 2013 target penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan sebesar Rp. 7.093.462.210,- dan realisasinya mengalami kenaikan sebesar Rp. 10.079.284.950,- ,sedangkan tingkat efektifitas menurun dari tahun 2012 73,4% menjadi 70,4% (Kurang Efektif) pada tahun 2013.
3. Tahun 2014 target penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan sebesar Rp. 10.386.827.000,- dan realisasinya mengalami kenaikan sebesar Rp. 11.336.841.164,-. sedangkan tingkat efektifitas meningkat pada tahun 2014 menjadi 109,1% (Efektif).
4. Tahun 2015 target penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan sebesar Rp. 16.000.079.000,- dan realisasinya mengalami kenaikan sebesar Rp.

16.936.119.593,- sedangkan tingkat efektifitas mengalami penurunan pada tahun 2015 menjadi 105,8% (Efektif).

5. Tahun 2016 target penerimaan pajak parkir mengalami kenaikan sebesar Rp. 18.448.581.150,- dan realisasinya mengalami kenaikan sebesar Rp.18.866.776.421 sedangkan tingkat efektifitas kembali mengalami penurunan tahun 2016 menjadi 102,3% (Efektif).

Peneliti mengambil kesimpulan bahwa tingkat efektifitas pemungutan Pajak Reklame tidak menunjukkan progress dalam artian berjalan fluktuatif dari tahun ke tahun. Terjadi kenaikan realisasi penerimaan pajak reklame yang signifikan pada tahun 2015 diakibatkan implementasi secara menyeluruh perubahan tarif pajak reklame yang berlaku berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak daerah, yaitu dari 20% menjadi 25%.

G. Perbandingan Realisasi, Target, dan Potensi Pajak Reklame

Tabel 5.10
Perbandingan Realisasi, Target, dan Potensi Pajak Reklame Kota Makassar
Tahun 2014 – 2015

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Target Pajak Reklame	Potensi Pajak Reklame
2014	Rp.11.336.841.164,-	Rp.10.386.827.000,-	Rp.11.779.651.000,-
2015	Rp.16.936.119.593,-	Rp.16.000.079.000,-	Rp.18.539.417.500,-
2016	Rp.18.866.776.421,-	Rp.18.488.581.150,-	Rp.21.775.178.750,-

Sumber: Diolah Sendiri

Dari tabel di atas dapat dilihat perbandingan realisasi, target, dan potensi pajak reklame Kota Makassar.

1. Tahun 2014 realisasi pajak reklame sebesar Rp. 11.336.841.164,-. Adapun target yang ditetapkan sebesar Rp. 10.386.827.000,-, sedangkan potensinya mampu mencapai sebesar Rp. 11.779.651.000,-.
2. Tahun 2015 realisasi pajak reklame meningkat sebesar Rp.16.936.119.593,-. Adapun target yang ditetapkan sebesar Rp.16.000.079.000,-, sedangkan potensinya mampu mencapai sebesar Rp.18.539.417.500,-.
3. Tahun 2016 realisasi pajak reklame meningkat sebesar Rp.18.866.776.421,-. Adapun target yang ditetapkan sebesar Rp. Rp.18.488.581.150,- sedangkan potensinya mampu mencapai sebesarRp. Rp.21.775.178.750,-.

Peneliti mengambil kesimpulan bahwa meskipun target pajak reklame yang ditetapkan oleh DISPENDA Kota Makassar tahun 2014 – 2016 dapat tercapai melalui penerimaan yang mampu melebihi target yang ditetapkan, namun potensi pajak reklame jauh lebih besar dari jumlah penerimaan pajak reklame. Hal ini menggambarkan masih terdapat potensi pajak reklame belum tergali secara optimal. padahal apabila potensi ini dapat dimaksimalkan maka akan menambah kontribusi terhadap PAD Kota Makassar.

H. Kendala – Kendala dalam Pajak Reklame

Kendala yang seringkali dihadapi oleh Dinas Pendapatan Daerah Bidang III Pajak Reklame di Kota Makassar, berdasarkan hasil wawancara (2 Desember 2017) dengan Kepala Bidang III DISPENDA adalah.

1. Kita masih kekurangan tenaga pendataan.
2. Kita juga masih kekurangan dalam persoalan penagihan

3. Wajib Pajak itu sendiri yang kurang sadar.
4. Masih terdapat kekurangan dalam sarana dan prasarana khususnya persoalan komputerisasi.

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa kendala yang seringkali dihadapi oleh DISPENDA Bidang III Kota Makassar terbagi atas dua yaitu kendala internal dan eksternal. Adapun Kendala internal itu sendiri terbagi atas dua poin besar yaitu pertama, menyangkut masalah sumber daya manusia, misalnya dalam pengarsipan inventarisasi, pendataan, maupun dalam hal penagihan, yang kedua kurangnya sarana dan prasarana yang memadai di dalam kantor dispenda khususnya dalam hal komputerisasi sehingga dapat menghambat aktifitas kerja di bidang tersebut. Kendala eksternal yang dihadapi DISPENDA adalah kurangnya kesadaran wajib pajak dalam menaati pajak. Hal ini dapat memberikan pengaruh terhadap pencapaian target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan oleh DISPENDA sehingga nantinya akan berimbas terhadap kontribusi yang akan diberikan pada pajak daerah maupun pendapatan asli daerah.

I. Upaya Peningkatan Kontribusi Pajak Reklame

Pajak reklame jika dikelola dengan baik akan memberikan kontribusi yang cukup besar bagi penerimaan pajak daerah. Namun persentase kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah masih tergolong rendah. Hal tersebut karena belum maksimalnya pemungutan pajak sehingga belum memberikan hasil yang signifikan. Peneliti melakukan wawancara (2 Desember 2017) dengan

Kepala Bidang III DISPENDA Kota Makassar mengenai upaya peningkatan penerimaan pajak reklame adalah sebagai berikut.

1. Melakukan penyuluhan atau yang biasa disebut dengan sosialisasi, untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak.
2. Melakukan penagihan kepada wajib pajak, namun apabila tidak diindahkan maka dilakukan lah penertiban.

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan kontribusi yang dilakukan DISPENDA sudah cukup baik, namun dalam prosesnya nanti diharapkan adanya komitmen DISPENDA untuk menjalankan hal tersebut dengan maksimal, sehingga mampu meningkatkan kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis potensi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kota Makassar, maka peneliti dapat menarik kesimpulan secara umum bahwa Pajak Reklame di Kota Makassar dipungut berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010, tarif pajak reklame di Kota Makassar sebesar 25% dikalikan dengan dasar pengenaan pajak reklame atau yang biasa disebut dengan nilai sewa reklame. Perhitungan nilai sewa reklame Kota Makassar telah diatur dalam Keputusan Walikota Makassar Nomor:500/423/KEP/IV/2013, sehingga dalam proses perhitungan besarnya pajak reklame yang akan dibayar oleh wajib pajak, pihak DISPENDA hanya berpedoman pada keputusan tersebut. Dalam pemungutan pajak reklame, pihak DISPENDA hanya memberlakukan satu sistem saja, yaitu sistem official assessment. Adapun kesimpulan dari fokus permasalahan dalam penelitian ini mengenai potensi pajak reklame akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Potensi pajak reklame yang dimiliki Kota Makassar Tahun 2014 sebesar 11.779.651.000,- pada tahun berikutnya yaitu tahun 2015 sebesar 18.539.417.500,- dan untuk tahun 2016 sebesar Rp.21.775.178.750,-.
2. Kontribusi pajak reklame tahun 2012 mencapai 4,93% terhadap pajak daerah dan 3,12% terhadap pendapatan asli daerah, kemudian pada Tahun 2013

mengalami peningkatan yaitu sebesar 6,16% pada pajak daerah dan 4,15% pada pendapatan asli daerah, pada tahun 2014 kontribusi pajak reklame kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 8,49% pada pajak daerah dan 5,40% pada pendapatan asli daerah, persentase kontribusi pajak reklame mengalami penurunan pada tahun 2015 yaitu sebesar 6,26% pada pajak daerah dan 4,81% terhadap pendapatan asli daerah, penurunan kontribusi pajak reklame kembali terjadi di tahun 2016 yaitu sebesar 5,59% terhadap pajak daerah dan 3,89% terhadap pendapatan asli daerah.

3. Tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame terhadap target pajak reklame yang dilakukan oleh DISPENDA Kota Makassar tahun 2012 kurang efektif karena hanya mampu mencapai 73,4%. Tahun 2013 pemungutan yang dilakukan masih kurang efektif karena hanya mampu mencapai 70,4%. Tahun 2014 pemungutan yang dilakukan DISPENDA Kota Makassar telah efektif karena mampu mencapai 109,1%. Tahun 2015 pemungutan pajak efektif karena mampu mencapai 105,8%. Tahun 2016 DISPENDA melakukan pemungutan pajak secara efektif karena mampu mencapai 102,3%.
4. Target pajak reklame yang ditetapkan oleh DISPENDA Kota Makassar tahun 2014 – 2016 dapat tercapai melalui penerimaan yang mampu melebihi target yang ditetapkan, namun potensi pajak reklame jauh lebih besar dari jumlah penerimaan pajak reklame. Hal ini menggambarkan masih terdapat potensi pajak reklame belum tergali secara optimal. padahal apabila potensi ini dapat

dimaksimalkan maka akan menambah kontribusi terhadap PAD Kota Makassar.

5. Terjadi kenaikan realisasi penerimaan pajak reklame yang signifikan antara tahun 2014 dan tahun 2015. Realisasi yang mampu dicapai pada tahun 2014 hanya Rp.11.336.841.164,-, sedangkan tahun 2015 sebesar Rp.16.936.119.593,-. Hal ini diakibatkan implementasi secara menyeluruh perubahan tarif pajak reklame yang berlaku berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak daerah, yaitu dari 20% menjadi 25%.
6. Kendala – kendala yang dihadapi pihak DISPENDA bidang III Kota Makassar yaitu kendala yang bersumber dari internal dan eksternal. Kendala internal yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia misalnya dalam hal pendataan dan penagihan, sarana dan prasarana yang kurang memadai khususnya sistem komputerisasi sehingga menghambat aktifitas kantor. Adapun Kendala eksternal yang dihadapi yakni kurangnya kesadaran wajib pajak dalam menaati pajak.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memiliki pembahasan yang terbatas. Pembahasan hanya mengenai Potensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah yang terkait dengan sistem pemungutan pajak reklame itu sendiri, potensi pajak reklame Kota Makassar, kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan pendapatan asli daerah, serta efektifitas pemungutan yang dilakukan oleh pihak

DISPENDA Kota Makassar, padahal untuk bidang reklame sendiri dalam kesehariannya melakukan dua jenis pemungutan yaitu pajak reklame dan retribusi reklame.

Ruang lingkup penelitian ini dilakukan pada Dinas Pendapatan Kota Makassar. Permasalahan yang sering muncul dalam pelaksanaan otonomi daerah selain perimbangan keuangan antar pusat dan daerah yang kurang merata, prospek kemampuan pembiayaan pemerintah dalam melaksanakan fungsinya sebagai penyelenggara pembangunan dan pelayanan masyarakat dianggap belum maksimal.

C. Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut.

1. Perlu melakukan pendataan secara rutin terhadap objek pajak reklame yang sudah ada sehingga dapat diketahui potensi yang sebenarnya melalui data objek pajak tersebut. Selain itu proses penetapan target harusnya memperhatikan potensi yang sebenarnya sehingga DISPENDA Kota Makassar akan terpacu untuk mencapai target tersebut dan dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame.
2. Seharusnya potensi yang belum tergali secara optimal dapat dimanfaatkan oleh pihak DISPENDA khususnya Bidang III Pajak Reklame guna memaksimalkan pendapatan pajak reklame.

3. Perlu melakukan sosialisasi secara rutin terhadap wajib pajak guna meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajibannya dalam hal ketaatan pembayaran pajak tepat waktu dan tepat jumlah. DISPENDA juga diharap mampu memberikan sanksi tegas terhadap wajib pajak yang kurang taat dalam melaksanakan kewajibannya.
4. Perlu mengadakan pelatihan rutin terhadap staf DISPENDA Kota Makassar sendiri khususnya Bidang III Reklame guna meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia para staf tersebut. Memperhatikan segala sarana dan prasarana khususnya perbaikan sistem komputerisasi sehingga tidak menghambat jalannya segala aktifitas di bidang III reklame serta melakukan perekrutan staf bila dianggap perlu.
5. Diharapkan pada penelitian berikutnya yang akan membahas topik yang sama, agar memperluas ruang lingkup penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N, B. 2012. Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Kediri (Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Kediri)
- Bisnis Indonesia, 21 April, 2012. Potensi Pajak Reklame Besar, hlm. 10.
- Bohari. 2012. Pengantar Ilmu Hukum Pajak. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danfar. 2009. Education, Business, Communication, and Information.
- Fidel. 2010. Cara Mudah & praktis Memahami Masalah-Masalah Perpajakan: Mulai Dari Konsep Dasar Sampai Aplikasi. Jakarta: Murai Kencana.
- Himpunan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah. 2010. Makassar: Dinas Pendapatan Kota Makassar.
- Kamus Bahasa Indonesia. 2008. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Keputusan Walikota Makassar Nomor: 500/423/KEP/IV/2013 Tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar. 2013. Makassar: Dinas Pendapatan Kota Makassar.
- Laki, M.A. 2011. Analisis Proses Penerapan Perhitungan, dan Pelaporan Pajak Reklame pada Kantor Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA) Kota Makassar. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Mahmudi. 2010. Manajemen Kinerja Sektor Publik Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mardiasmo. 2009. Akuntansi Sektor Publik. Yogyakarta: Andi.
- Mardiasmo. 2013. Perpajakan: Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Pedoman Penulisan Skripsi. 2012. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin. Peraturan Walikota Makassar Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Uraian Tugas Jabatan Struktural Dinas Pendapatan Kota Makassar. 2009.
- Prakosa. 2005. Pajak dan Retribusi Daerah Edisi Revisi. Yogyakarta: UII Press.
- Sekaran, U. 2009. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Edisi 4 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

- Siahaan, M.P. 2013. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Edisi Revisi. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Suwarno, A, E. dan Suhartiningsih. 2008. Efektifitas Evaluasi Potensi Pajak Daerah sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, (online), Vol.7, No. 2
- Triantoro, A. 2010. Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bandung. Jurnal Fokus Ekonomi, (online), Vol.5, No.1.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. 2007. Jakarta: Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. 2011. Jakarta Selatan: Visi Media.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 dan Peraturan Pemerintah RI tentang Perpajakan. Bandung: Citra Umbara.
- Waluyo. 2011. Perpajakan Indonesia Edisi 10 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Widyaningsih, A. 2009. Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung Periode Tahun 2001-2007. Jurnal Fokus Ekonomi.

RIWAYAT HIDUP



firmansyah, lahir di salajangi Kec. Bontonompo Selatan kab. Gowa pada tanggal 23 februari 1995. Anak pertama dari tiga bersaudara buah cinta pasangan Borahima dan Tallasa. Penulis memulai jenjang pendidikan di SDN Kadundungan pada tahun 2001. Setamat dari Sekolah Dasar kemudian

pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 3 Bontokassi dan tamat tahun 2008. Tahun 2010 hingga tahun 2013 penulis menempuh jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMKN 3 Takalar. Pada tahun 2013 melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB), penulis diterima sebagai mahasiswa Program Strata 1 (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, dan Alhamdulillah bisa menyelesaikan studi di tahun 2018.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan disertai doa dan kedua orangtua dalam menjalani aktivitas akademik di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul "*Analisis Potensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Makassar*"