

**ANALISIS POTENSI DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP
PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



SYUKRINA DEVITA

NIM. 1109081

PROGRAM STUDI DIPLOMA III AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

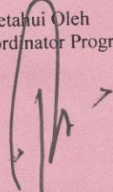
2014

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR


**ANALISIS POTENSI DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME
TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA PADANG**

Nama : Syukrina Devita
BP/NIM : 2011/1109081
Program Studi : Akuntansi (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Diketahui Oleh
Koordinator Program Diploma III


Perengki Susanto, SE, M.Sc
NIP. 19810404 200501 1002

Padang, Agustus 2014
Disetujui Oleh
Pembimbing


Herlina Helmy, SE, Akt, M.S. Ak
NIP. 19800327 200501 2002

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

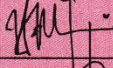

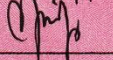
**ANALISIS POTENSI DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME
TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA PADANG**

Nama : Syukrina Devita
BP/NIM : 2011/1109081
Program Studi : Akuntansi (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Prodi Akuntansi (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2014

Tim Penguji,

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Herlina Helmy, SE,Akt, M.S.Ak	
Anggota	Charoline Cheisviyanny, SE, M.Ak, Ak	
Anggota	Nurzi Sebrina, SE, Ak, M.Sc	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : Syukrina Devita
Thn. Masuk/NIM : 2011/1109081
Tempat/Tgl. Lahir : Sitapung /29 september 1992
Program Studi : Akuntansi (DIII)
Keahlian : Akuntansi Sektor Publik
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Kompl. Sumbar Mas Blok F2, RT 003, RW 006,
Kelurahan Air pacah, kecamatan Koto Tengah
Judul Tugas Akhir : Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak reklame Terhadap
Pendapatan Asli Daerah Kota Padang
Hp : 083182714346

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Agustus 2014
Yang menyatakan,



Syukrina Devita
BP/NIM. 2011/1109081

BSTRAK

Syukrina Devita, (1109081/2011) Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padang. Tugas Akhir. Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. 2014.

Pembimbing : Herlina Helmy, SE,Akt, M.S.Ak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar potensi dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini ialah penelitian deskriptif. Metode penelitian tugas akhir ini berupa penelitian studi lapangan yang dilakukan dengan cara observasi langsung ke instansi terkait. Penelitian dilaksanakan pada Dinas Pengelolaan Keuangan dan Asset Daerah (DPKA) Kota Padang, yang beralamat di Jalan Prof. M Yamin SH No. 70 Kota Padang.

Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa target yang ditetapkan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Asset Daerah Kota Padang terlalu rendah jika dibandingkan dengan potensi yang ada sebenarnya. Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya Sumber daya Manusia Dan permodalan.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullaahiwabarakatuh

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan judul *“Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padang”*.

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar ahli madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Herlina Helmy, SE, Ak, M.S.A. Akselaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah membantu dan membimbing penulis hingga Tugas Akhir ini selesai.

Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan dan Bapak/Ibu Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Ketua dan Ibu Sekretaris Program Studi Akuntansi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Nelvirita, SE, M.Si, Ak selaku Pembimbing Akademik.
4. Pustakawan/wati perpustakaan Universitas Negeri Padang
5. Kepada ayahanda Defrizal dan ibunda Irnida serta keluarga besar yang telah membantu dan memberikan dukungan moril dan materil.

6. Rekan-rekan seperjuangan yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan Tugas Akhir ini.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan Tugas Akhir ini dan penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Wa'alaikumsalam Warramatullahi wabarakatuh.

Padang, Agustus 2014

Syukrina Devita

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pendapatan Asli Daerah	9
1. Defenisi pendapatan Asli Daerah.....	9
2. Identifikasi sumber Pendapatan Daerah.....	10
3. SumberPendapatanAsli Daerah.....	10
B. Pajak	11
1. Pengertian Pajak.....	11
2. Fungsi Pajak.....	13
3. Azaz-azaz Pemungutan Pajak	14
4. Teori-teori yang Mendukung Pemungutan Pajak	15
5. Hukum Pajak Materil dan Hukum Pajak Formil.....	16
6. Pengelompokan Pajak	17
C. Pajak Daerah.....	19
1. Pengertian Pajak Daerah.....	19
2. Sistim Pemungutan Pajak Daerah.....	20
D. Pajak Reklame.....	21
1. Pengertian Pajak Reklame	21
2. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame	23
3. Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame.....	24
4. Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame	26

5. Tarif Pajak Reklame.....	27
6. Potensi Pajak Reklame	27
7. Menghitung Potensi Pajak Reklame	28
8. Kontribusi Pajak Reklame	30
9 Efektifitas Pajak Reklame.....	30
10 Tarif Per Zona.....	32
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	
A. Bentuk Penelitian	33
B. Metode Penelitian	33
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
D. Rancangan Penelitian.....	34
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Profil Instansi	37
1. Visi, Misi, Tujuan, Strategi dan Kebijakan.....	37
2. Tugas dan Fungsi	38
3. Bidang Pendapatan.....	39
3. Struktur Organisasi	40
B. Penelitian	41
1. Sistem Pemungutan Pajak Reklame di DPKA Kota Padang...	41
2. Analisis Laju Pertumbuhan Reklame.....	41
3. Analisis Potensi Perolehan Pajak Reklame.....	42
4. Analisis Kontribusi Pajak Reklame	49
5. Analisis Tingkat Efektifitas Pajak Reklame	50
6. Kendala-kendala dalam Pajak Reklame	52
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	54
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Penerimaan atau Realisasi realisasi pendapatan pajak reklame tahun 2011 sampai dengan 2013	4
2. Kontribusi pajak reklame	6
3. Laju pertumbuhan pajak reklame Kota Padang tahun anggaran 2011 sampai dengan 2013	42
4. Perkembangan penerimaan pajak reklame Kota Padang Tahun 2013	43
5. Penggolongan reklame dari penerimaan pajak reklame Kota Padang Tahun 2013 berdasarkan masa berlaku	44
6. Jumlah reklame di Kota Padang tahun 2013.....	44
7. Jumlah reklame bersinar	44
8. Jumlah reklame kain	45
9. Jumlah reklame kendaraan.....	46
10. Jumlah reklame papan merek.....	46
11. Jumlah reklame papan.....	47
12. Perhitungan potensi penerimaan pajak reklame Kota Padang	47
13. Perbandingan target, realisasi, dan potensi pajak reklame Kota Padang tahun 2013	48
14. Kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kota Padang Tahun 2011-2013	49
15. Standar tingkat efektifitas	51
16. Tingkat efektifitas pajak reklame Kota Padang tahun 2013	51

DAFTAR GAMBAR

1. Struktur Organisasi DPKA Kota Padang	40
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Observasi
2. Struktur Organisasi DPKA Kota Padang

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak bergulirnya era reformasi telah terjadi perubahan dalam sistem pemerintahan di negara Indonesia, khususnya dalam system pemerintahan di daerah. Perubahan tersebut adalah diberlakukannya otonomi daerah yang luas, nyata, dan bertanggungjawab kepada Daerah. 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 otonom yang bertanggung jawab, untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat sesuai dengan kondisi dan potensi yang dimiliki oleh wilayah tersebut.

Pemberlakuan otonomi daerah yang luas, nyata, dan bertanggungjawab ini ditandai dengan dikeluarkannya UU No.32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah dan UU No.33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Pusat Dan Daerah yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan otonomi daerah di Negara Indonesia. Menurut UU Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah, yang dimaksud dengan otonomi daerah adalah kewenangan untuk mengatur dan mengurus rumah tangga (Daerah)-nya atas prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat setempat. Pelaksanaan otonomi daerah pada hakikatnya ditujukan untuk memenuhi kepentingan bangsa secara keseluruhan, yaitu upaya untuk lebih mendekati tujuan-tujuan penyelenggaraan pemerintahan dalam mewujudkan cita-cita masyarakat yang lebih baik, suatu masyarakat yang lebih adil dan lebih makmur.

Salah satu upaya agar lebih memantapkan pelaksanaan Otonomi Daerah serta meminimalkan ketergantungan Daerah Kota dan Kabupaten pada Pemerintah Provinsi, maka Daerah diberi salah satu kewenangannya itu di bidang keuangan. Pentingnya posisi

keuangan dalam penyelenggaraan pemerintahan disebabkan factor keuangan merupakan salah satu penentu keberhasilan realisasi Otonomi Daerah. Kemandirian dalam bidang keuangan merupakan salah satu criteria penting untuk mengetahui kemampuan nyata Daerah dalam mengatur dan mengurus rumah tangganya

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. Sasaran yang ingin dicapai dalam pemberian wewenang yang luas kepada pemerintah daerah ini adalah untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Untuk mewujudkan hal tersebut pemerintah dituntut untuk cerdas dalam menghasilkan dan mengelola sumber-sumber pendapatan tidak sekedar membelanjakan dan menghabiskan anggaran. Hal inilah yang oleh Osborne dan Gaebler (1992) dikatakan sebagai pemerintah yang berwirausaha (*entrepreneurial government*). Pemerintah wirausaha adalah pemerintah yang mampu menciptakan sumber-sumber pendapatan secara kreatif dan inovatif, mampu mengolah potensi ekonomi yang ada secara efektif dan efisien.

Peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) sangat penting sebagai sumber pembiayaan pemerintah daerah karena merupakan tolak ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah, dimana proporsi PAD terhadap total penerimaan merupakan indikasi “Derajat Kemandirian“ keuangan suatu pemerintah daerah. Sumber-sumber PAD diharapkan dapat menjadi salah satu solusi bagi pendanaan daerah dan dapat diharapkan menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan-kegiatan daerah. Semakin banyak kebutuhan daerah yang dapat dibiayai dengan PAD, maka akan semakin tinggi kualitas otonominya.

Agar pemerintah daerah dapat melakukan manajemen pendapatan secara optimal, hal yang pertama dilakukan adalah mengenali sumber-sumber pendapatan daerah. Meskipun pemerintah daerah telah diberi otonomi secara luas dan desentralisasi fiskal, namun pelaksanaan otonomi tersebut harus tetap berada dalam koridor hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Untuk menggali sumber Pendapatan Asli Daerah maka pemerintah Daerah harus meningkatkan sumber yang telah ada seperti Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan, Pinjaman Daerah, dan lain-lain Pendapatan Asli Yang sah.

Salah satu sumber yang sangat potensial untuk dikembangkan dalam upaya mengatur dan mengurus rumah tangga Daerah adalah Pajak daerah. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Padang No 8 Tahun 2011 tentang pajak daerah, pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak daerah meliputi pajak Bea perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB), pajak air tanah, pajak restoran, pajak bumi dan bangunan, pajak hiburan, pajak hotel, pajak reklame, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, dan pajak sarang burung walet.

Mengacu pada hal diatas Pajak Reklame merupakan salah satu pajak yang sangat potensial untuk meningkatkan Pendapatan Daerah di kota Padang. Sebagaimana diketahui bahwa kota Padang merupakan ibu kota provinsi Sumatera Barat. Dimana hal ini sangat menguntungkan kota Padang itu sendiri, karena sebagai ibu kota provinsi, kota Padang akan banyak di sorot oleh masyarakat luas dan menjadikan kota Padang sebagai pusat perekonomian. Dalam hal perekonomian reklame akan sangat memberikan manfaat bagi

penggunanya, karena reklame dapat dijadikan sarana untuk mempromosikan dan mengenalkan produk kepada masyarakat luas.

Berdasarkan data dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset (DPKA) Kota Padang, target dan realisasi pendapatan daerah dari sektor pajak khususnya pajak reklame selama tiga tahun berturut-turut (2011-2013) adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penerimaan atau Realisasi Pendapatan Pajak Reklame
Tahun 2011-2013

Tahun	Target	Realisasi	Proporsi
2011	3.700.000.000	3.597.016.400	97,22%
2012	3.500.000.000	3.578.527.000	102,24%
2013	3.700.000.000	3.705.954.000	100,16%

Dari tabel di atas dapat diperoleh gambaran mengenai laju pertumbuhan Pajak Reklame Kota Padang selama 3 (tiga) tahun terakhir yaitu tahun 2011 sampai dengan 2013, baik dari segi target maupun dalam realisasinya. Dalam perkembangannya, baik dari segi target maupun realisasinya pajak reklame mengalami peningkatan yang cukup berarti.

Pada tahun 2011 realisasi pajak reklame tidak mencapai target, namun pencapaiannya sudah mendekati sempurna. Sedangkan proporsi realisasi terhadap target tahun 2012-2013 memiliki angka rata-rata lebih besar dari 100%, realisasi yang terjadi lebih besar dari penentuan target oleh Pemerintah Daerah.

Dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame, petugas DPKA berorientasi pada target yang telah disusun sebelumnya. Jika diperhatikan, realisasi pajak reklame dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Ini berarti secara umum tingkat efektifitas pemungutannya baik.

Salah satu penyebab Terjadi perbedaan antara potensi pajak reklame dengan realisasi pajak reklame adalah tidak adanya transparansi dalam perhitungan ataupun

penentuan besarnya target pajak reklame. Dengan melihat realisasi yang jauh melebihi target setiap tahunnya, penentuan besarnya target yang berdasarkan tahun sebelumnya tanpa melihat potensi yang ada dirasakan kurang efisien. Mengingat pajak reklame merupakan salah satu unsur dari pajak daerah, maka apabila penerimaan pajak reklame terus meningkat akan memberikan kontribusi yang lebih besar untuk penerimaan daerah khususnya dari sektor pajak daerah. Persentase perolehan dan laju pertumbuhan pajak reklame yang cukup tinggi memberikan indikasi betapa besarnya potensi yang ada sebenarnya.

Pajak reklame sebagai pajak daerah juga memiliki beberapa keunggulan, antara lain lokasi objek pajak jelas dan mudah diidentifikasi, cukup mengambang (*bouyant*), relatif mudah untuk diimplementasikan, dan pertumbuhannya relatif stabil. Disamping mempunyai keunggulan pajak reklame juga mempunyai hambatan dalam pemungutannya, antara lain kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak, kurangnya pengetahuan wajib pajak terkait pajak itu sendiri, dan kurangnya sosialisasi tentang pajak reklame. Hal ini mengakibatkan kurang maksimalnya pajak yang didapat. Apabila pajak reklame dikelola dengan baik dan berkesinambungan oleh aparat Pemerintah Daerah, maka pajak reklame akan memberikan kontribusi besar bagi Pendapatan Daerah.

Tabel 1.2

Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD

Tahun	PAD	Pajak Reklame	Kontribusi
2011	149.874.800.461,66	3.597.016.400	2,4%
2012	189.450.840.075,36	3.578.527.000	1,9%
2013	238.871.896.576,23	3.705.954.000	1,6%

Dilihat dari tabel diatas, kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah mengalami penurunan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan realisasi PAD tiap tahunnya meningkat cukup tinggi, sedangkan kenaikan realisasi pajak reklame tidak begitu banyak. Namun kontribusi pajak reklame juga berperan penting dalam peningkatan PAD Kota Padang.

Dengan demikian, pajak reklame diharapkan mampu memaksimalkan potensinya untuk meningkatkan kemandirian serta meningkatkan pendapatan daerah dalam pembiayaan keuangan daerah yang mampu mendorong pemerintah daerah untuk meningkatkan pembangunan perekonomian dan dapat mensukseskan kemajuan daerah dan menguatkan pondasi pembangunan nasional.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis bermaksud untuk mengangkat Judul Tugas Akhir *“Analisis Potensi dan kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padang”*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar potensi pajak reklame yang dimiliki kota Padang?

2. Seberapa besar kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padang ?
3. Bagaimana tingkat efektifitas penetapan target pajak reklame setiap tahunnya pada DPKA Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penulisan ini adalah :

1. Untuk mengukur potensi pajak reklame yang dimiliki Kota Padang
2. Untuk menjelaskan kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padang
3. Untuk menjelaskantingkat efektifitas penetapan target pajak reklame setiap tahunnya pada DPKA Kota Padang

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar ahli madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

2. Bagi Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Padang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi DPKA Kota Padang sebagai bahan masukan untuk pertimbangan dan sumber pemikiran yang bermanfaat dalam pemungutan Pajak reklame.

BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis potensi dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapat asli daerah di Kota Padang, maka peneliti dapat menarik kesimpulan secara umum bahwa Pajak Reklame di Kota Padang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 8 Tahun 2011, tariff pajak reklame di Kota Padang dikalikan dengan dasar pengenaan pajak reklame atau yang biasa disebut dengan nilai sewa reklame. Perhitungan nilai sewa reklame Kota Padang telah diatur dalam Keputusan Walikota Padang No 11 Tahun 2007, sehingga dalam proses perhitungan besarnya pajak reklame yang akan dibayar oleh wajib pajak, pihak DPKA hanya berpedoman pada keputusan tersebut. Dalam pemungutan pajak reklame, pihak DPKA hanya memberlakukan satu system saja, yaitu system *official assessment*. Adapun kesimpulan dari focus permasalahan dalam penelitian ini mengenai potensi pajak reklame akan dijabarkan sebagai berikut.

- a. Potensi yang dimiliki Kota Padang pada tahun 2013 adalah Rp 4.258.787.922
- b. Pada tahun 2011 kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah mencapai 2,4%, kemudian pada tahun 2012 mengalami penurunannya itu sebesar 1,9%, dan pada tahun 2013 kontribusi pajak reklame kembali mengalami penurunannya itu sebesar 1,6%. Penurunan persentase ini dikarenakan Pendapatan Asli Daerah (PAD) daritahun 2011-2013 mengalami kenaikan yang cukup tinggi. Akan tetapi jika dilihat dari penerimaan pajak reklame tiap tahunnya tidak mengalami penurunan yang signifikan, dan mengalami kenaikan penerimaan pada

tahun 2013. Hal ini menunjukkan bahwa pajak reklame memberikan kontribusi yang baik terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padang.

- c. Tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame dari potensi yang dimiliki sebesar 72,22 %, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh DPKA Kota Padang cukup efektif, namun masih terdapat 27,78 % potensi yang belum tergali secara optimal.
- d. Target pajak reklame yang ditetapkan oleh DPKA Kota Padang tahun 2011–2013 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 Padang.
- e. Kendala–kendala yang dihadapi pihak DPKA Kota Padang yaitu kendala yang bersumber dari internal dan eksternal. Kendala internal yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia misalnya dalam hal
- f. 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.
- g. Karena keterbatasan data yang diperoleh maka perhitungan potensi pajak reklame yang dilakukan peneliti kurang akurat

2. Saran

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

- a. 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 DPKA Kota Padang akan terpacu untuk mencapai target tersebut dan dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame.
- b. Seharusnya potensi yang belum tergali secara optimal dapat dimanfaatkan oleh pihak DPKA khususnya bidang pendapatan Reklame guna memaksimalkan pendapatan pajak reklame.
- c. 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. DPKA juga diharap mampu memberikan sanksi tegas terhadap wajib pajak yang kurang taat dalam melaksanakan kewajibannya.
- d. Perlu mengadakan pelatihan rutin terhadap staf DPKA Kota Padang sendiri khususnya bidang pendapatan Reklame guna meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia para staf tersebut. Memperhatikan segala sarana dan prasarana

khususnya perbaikan system komputerisasi sehingga tidak menghambat jalannya segala aktifitas di bidang pendapatan reklame.

- e. Diharapkan pada penelitian berikutnya yang akan membahas topik yang sama, agar memperluas ruang lingkup penelitiannya, dan dapat menghitung potensi dengan memakai tarif perzona agar mendapatkan data yang akurat.

∥

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Elita. 2006. Identifikasi Sumber Pendapatan Asli Daerah.
- Dinas Pengelolaan Keuangan dan Asset (DPPKA) Kota Padang. *Profil Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Padang*. (www.dpka.go.id). Diakses 29 januari 2014.
- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Mardiasmo. 2013. *Perpajakan :Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Mahmudi. 2009. *Manajemen keuangan Daerah*. Jakarta: Erlangga.
- Prakosa. 2005. *Pajak dan Retribusi Daerah: Edisi Revisi*. Yogyakarta: UII Press.
- Siahaan, Marihot P. 2013. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Siti.resmi. 2009.*Perpajakan*.Jakarta: SalembaEmpat
- Triantoro, A. 2010. Efektifitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bandung.
- Waluyo.2011. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: SalembaEmpat.
- . 2000. *Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- . 2004. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah*.
- . 2004. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah*.
- . 2009. *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*