

## Analisis Penerimaan Pajak Reklame Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Dibadan Pendapatan Daerah Kota Medan

**Beny Sitakar**

Mahasiswa, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : [benysitakar@gmail.com](mailto:benysitakar@gmail.com)

**Wahyu Syarvina**

Dosen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : [wahyusyarvina@uinsu.ac.id](mailto:wahyusyarvina@uinsu.ac.id)

**Abstract.** *Research conducted at the Medan City Regional Tax and Retribution Management Agency aims to find out and analyze the actual value of advertising tax revenue with the aim of increasing Regional Original Income (PAD). This research also seeks to understand and analyze the causes of the decline in advertising tax revenues, as well as the factors that cause low taxpayer compliance. Using a descriptive approach, this research relies on interview findings and data regarding advertising tax targets and realization from 2014 to 2018. Data analysis involves surveys at research locations to collect information and draw conclusions, comparing identified problems with relevant theories to obtain support. The lack of contribution from advertising tax revenues to the Medan City Regional Tax Revenue and Retribution Agency is hampering the increase in PAD, due to low performance in achieving predetermined targets and the ineffectiveness of existing regulations. These regulations, especially those that limit the placement of advertisements, such as prohibiting sidewalks and roads and requiring the placement of advertisements on privately owned land, create obstacles for advertising businesses in obtaining location permits. The lack of taxpayer compliance is influenced by several factors such as weak enforcement and supervision of Satpol PP, limited awareness of advertisers, tax officers' inadequate efforts to interact with taxpayers, the large number of taxpayers who do not report, and public expectations regarding the solution. advertising tax arrears.*

**Keywords :** *Realization, PAD, advertisement tax*

**Abstrak.** Penelitian yang dilakukan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis nilai sebenarnya penerimaan pajak reklame dengan tujuan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Penelitian ini juga berupaya memahami dan menganalisis penyebab menurunnya penerimaan pajak iklan, serta faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya kepatuhan wajib pajak. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, penelitian ini mengandalkan temuan wawancara dan data mengenai target dan realisasi pajak periklanan pada tahun 2014 hingga 2018. Analisis data melibatkan survei di lokasi penelitian untuk mengumpulkan informasi dan menarik kesimpulan, membandingkan permasalahan yang teridentifikasi dengan teori yang relevan untuk mendapatkan dukungan. Kurangnya kontribusi penerimaan pajak reklame kepada Badan Pendapatan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan sehingga menghambat peningkatan PAD, disebabkan oleh rendahnya kinerja dalam mencapai target yang telah ditetapkan dan belum efektifnya peraturan yang ada. Peraturan tersebut, khususnya yang membatasi penempatan iklan, seperti pelarangan trotoar dan jalan raya serta mewajibkan penempatan iklan di lahan milik pribadi, menimbulkan hambatan bagi pelaku usaha periklanan dalam memperoleh izin lokasi. Minimnya kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti lemahnya penegakan dan pengawasan Satpol PP, masih terbatasnya kesadaran para pelaku periklanan, belum maksimalnya upaya petugas pajak dalam berinteraksi dengan wajib pajak, masih banyaknya wajib pajak yang tidak melapor, dan ekspektasi masyarakat terhadap penyelesaiannya. tunggakan pajak iklan.

**Kata kunci :** Realisasi, PAD, Pajak Reklame.

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara berkembang, secara aktif terlibat dalam pembangunan menyeluruh di berbagai sektor, meliputi bidang ekonomi, sosial, politik, hukum, dan pendidikan. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mewujudkan kehidupan nasional yang adil dan makmur. Untuk mengamankan pendanaan yang

diperlukan bagi upaya pembangunan ini, pemerintah berfokus pada memaksimalkan sumber pendapatan dalam negeri, termasuk pendapatan pajak, sebagai jalur keuangan yang penting.

Dalam studi Hanum pada tahun 2018, ditekankan bahwa pajak memainkan peran penting sebagai sumber pendapatan yang signifikan, penting untuk mendanai pengeluaran operasional rutin dan inisiatif pembangunan. Selain itu, pajak juga diidentifikasi sebagai sumber pendapatan utama Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang menyumbang sebagian besar pendapatan negara secara keseluruhan.

Pajak berfungsi sebagai sarana yang melaluinya pemerintah dapat memperoleh pendapatan, memainkan peran ganda dengan secara langsung dan tidak langsung mendanai pengeluaran rutin dan inisiatif yang berkaitan dengan pembangunan nasional dan ekonomi. Struktur pajak dikategorikan menjadi Pajak Pusat dan Pajak Daerah, dengan Pajak Daerah sebagai sumber penerimaan utama. Pendapatan ini mempunyai peranan penting dalam membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah. Dengan adanya otonomi yang diberikan kepada daerah dalam mengatur dan mengembangkan potensinya, maka kewenangan tersebut menjadi insentif bagi daerah untuk melakukan persaingan yang sehat dan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya secara optimal untuk pembangunan.

Menurut Bahmid dan Wahyudi, H (2018), pajak daerah digambarkan sebagai tanggung jawab anggota masyarakat lokal untuk menyumbangkan sebagian kekayaannya kepada daerah dalam keadaan, peristiwa, atau tindakan tertentu yang memberi mereka status tertentu. Ditekankan bahwa kewajiban ini tidak dikenakan sebagai tindakan hukuman atau persyaratan hukum.. Pajak daerah meliputi pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota). Dana tersebut digunakan untuk membiayai kegiatan pemerintah daerah di daerahnya masing-masing. Pajak daerah berkontribusi terhadap beragamnya sumber pendapatan bagi pemerintah daerah. Menurut ketentuan yang dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, pajak daerah yang disebut Pajak adalah sumbangan keuangan wajib yang terutang kepada daerah oleh orang pribadi atau badan. Kewajiban ini ditegakkan oleh hukum, dan mereka yang tunduk padanya diharuskan memberikan kontribusi ini tanpa menerima kompensasi langsung. Dana yang dihimpun melalui pajak daerah diperuntukkan bagi pemenuhan kebutuhan daerah, yang pada akhirnya memberikan kontribusi bagi kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara keseluruhan.

Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan merupakan suatu badan pemerintah yang bertugas mengawasi penyelenggaraan pendapatan daerah yang berasal dari berbagai jenis pajak. Pajak-pajak tersebut meliputi pungutan-pungutan seperti pajak hotel,

pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak pertambangan (golongan C), dan pajak parkir.

Pajak reklame mempunyai arti penting dalam memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah, karena merupakan bagian yang cukup besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).. Pendapatan yang dihasilkan dari pajak periklanan berfungsi sebagai sumber pendapatan utama, yang menekankan pentingnya kontribusi terhadap kesejahteraan perekonomian suatu wilayah secara keseluruhan.

Sesuai Peraturan Wali Kota Medan Nomor 38 Tahun 2014, Pajak Reklame diartikan sebagai pungutan yang dikenakan atas pelaksanaan reklame. Iklan yang dituangkan dalam peraturan ini meliputi objek, alat, tindakan, atau media dengan beragam bentuk dan gaya yang dibuat khusus untuk tujuan komersial. Tujuan utama mereka adalah untuk memperkenalkan, mendukung, mempromosikan, atau menarik perhatian publik terhadap barang, jasa, atau entitas. Iklan-iklan ini dapat dilihat melalui sarana visual, pendengaran, sentuhan, dan pengalaman bagi masyarakat umum.

Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan mengandalkan pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan utama sehingga memerlukan sasaran atau rencana strategis dalam pembangkitannya. Pendapatan yang diperoleh dari pajak reklame ditentukan oleh faktor-faktor seperti nilai sewa reklame, tarif sewa yang berlaku, ukuran dan jenis reklame, lama pemasangan, dan karakteristik spesifiknya. Sasaran pajak iklan berfungsi sebagai rencana aksi kuantitatif yang menguraikan ekspektasi pembayaran wajib pajak kepada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan di masa yang akan datang. Keberhasilan implementasi target-target tersebut memerlukan pengawasan yang efektif untuk memastikan realisasi pendapatan dapat dimaksimalkan.

Efektivitas diartikan sebagai korelasi antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang telah ditentukan. Suatu proses kegiatan dianggap efektif bila berhasil mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan, sebagaimana tertuang dalam konsep “dipercepat secara bijaksana”. Sejalan dengan pandangan Mardiasmo (2013), suatu organisasi dikatakan efektif apabila mampu merealisasikan seluruh target yang telah ditetapkan. Skenario seperti ini dapat menyebabkan penurunan pendapatan daerah, sehingga menimbulkan tantangan bagi pembangunan ekonomi.

## **2. TINJAUAN LITERATUR**

### **A. Pendapatan Asli Daerah (PAD)**

Pendapatan Asli Daerah berfungsi sebagai ukuran untuk mengevaluasi sejauh mana suatu wilayah geografis tertentu memanfaatkan dan memanfaatkan kekayaan yang tersedia di wilayahnya. Sesuai dengan Pasal 1 Angka 13 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah mengatur bahwa : Pendapatan Daerah adalah semua hak yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan. Pendapatan daerah diperoleh dari dua sumber utama yaitu penerimaan dana perimbangan yang dialokasikan kepada daerah dan pendapatan yang dihasilkan daerah itu sendiri. Pendapatan asli daerah tersebut berupa Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pendapatan lain yang sah khusus daerah.

Pasal 1 angka 18 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah mendefinisikan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagai pendapatan yang diperoleh daerah melalui cara pemungutan yang ditetapkan dengan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pasal 6 undang-undang yang sama mengatur bahwa PAD dapat bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, dan hasil pengelolaan kekayaan daerah tersendiri. Sumber-sumber pendapatan ini diperkirakan akan berfungsi sebagai saluran pendanaan untuk pelaksanaan dan kemajuan proyek-proyek yang bertujuan untuk meningkatkan dan menyamakan kesejahteraan penduduk.

Landasan Pendapatan Asli Daerah dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah.

Landasan Pendapatan Asli Daerah dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah.

### **B. Dasar-dasar Perpajakan**

Pajak adalah pembayaran wajib, baik dalam mata uang maupun barang, yang dikenakan oleh penguasa sesuai dengan norma hukum. Pembayaran ini dimaksudkan untuk mendanai pengeluaran yang terkait dengan produksi barang dan secara kolektif meningkatkan kesejahteraan masyarakat umum.

Sesuai Mardiasmo (2013, hal. 1), disebutkan bahwa pajak merupakan kontribusi individu terhadap kas negara sebagaimana diamanatkan undang-undang. Kontribusi ini bersifat wajib, tanpa menerima layanan terkait secara langsung (counter performance), dan digunakan untuk menutupi pengeluaran publik.

Berdasarkan jenisnya, pajak langsung adalah pajak yang harus ditanggung oleh individu secara pribadi dan tidak dapat dialihkan atau dialihkan kepada orang lain. Sedangkan pajak tidak langsung merupakan pungutan yang pada akhirnya dapat dibebankan dan ditanggung oleh orang lain.

Berdasarkan sifatnya, pajak subyektif adalah pajak yang diperoleh atau ditentukan oleh keadaan wajib pajak, dengan mempertimbangkan keadaan pribadinya. Misalnya, pajak penghasilan termasuk dalam kategori ini. Sebaliknya, pajak obyektif tidak dipengaruhi oleh keadaan pribadi wajib pajak, melainkan hanya didasarkan pada objeknya saja.

Mengenai badan pemungutan, pajak pusat mengacu pada pungutan yang dipungut oleh pemerintah pusat untuk mendukung keuangan nasional. Contoh pajak pusat antara lain pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai, pajak penjualan barang mewah, pajak bumi dan bangunan, serta bea materai. Di sisi lain, pajak daerah dipungut oleh pemerintah daerah untuk mendanai anggaran daerah. Pajak provinsi, sebagai bagian dari pajak daerah, meliputi pungutan-pungutan seperti pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, dan pajak rokok. Selanjutnya pajak kabupaten/kota terdiri dari pungutan-pungutan seperti pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan, pajak, dan pajak yang berkaitan dengan perolehan hak atas tanah dan bangunan.

Biasanya, proses pemungutan pajak dipandu oleh kerangka teoritis yang menetapkan prinsip-prinsip untuk mengevaluasi kewajarannya. Mardiasmo (2013, p. 3) menguraikan beberapa teori yang memberikan alasan dan justifikasi terhadap hak pemerintah dalam memungut pajak. Teori-teori tersebut diantaranya adalah Teori Asuransi, Teori Bunga, dan Teori Daya Dukung.

Perpajakan terhadap masyarakat adalah masalah yang rumit. Pengenaan pajak yang terlalu tinggi dapat menimbulkan keengganan masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sebaliknya, penetapan pajak yang terlalu rendah dapat menghambat pembangunan karena dana yang tidak mencukupi. Untuk menghindari potensi permasalahan, pemungutan pajak harus memenuhi berbagai persyaratan.

Agar tidak terjadi hambatan atau pertentangan, Mardiasmo (2013, hal. 2) menyarankan agar pemungutan pajak harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: keadilan dalam pemungutan pajak (memenuhi syarat keadilan), ketaatan pada landasan hukum dalam pemungutan pajak (memenuhi syarat yuridis), tidak -terganggunya perekonomian (pemenuhan

kebutuhan perekonomian), efisiensi pemungutan pajak (pemenuhan kebutuhan keuangan), dan penerapan sistem pemungutan pajak yang lugas.

Sistem pemungutan pajak menunjukkan prosedur atau metode yang ditetapkan yang digunakan untuk mengumpulkan pajak. Menurut Mardiasmo (2013, hal. 7), sistem pemungutan pajak di Indonesia, baik Pajak Pusat maupun Pajak Daerah, menganut berbagai sistem, yaitu Sistem Penilaian Resmi, Sistem Penilaian Mandiri, dan Sistem Pematangan.

### **C. Pajak Daerah**

Pemerintah daerah memungut pajak daerah, dan pendapatan yang dihasilkan dari pajak tersebut digunakan untuk mendanai anggaran daerah.

Sesuai Pasal 1 Angka 6 Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah adalah iuran wajib yang dikenakan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung. Sumbangan tersebut dapat dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dialokasikan untuk pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan.

Selain Pasal 1 Angka 6 Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah lebih lanjut menjelaskan bahwa pajak daerah merupakan sumbangan wajib yang terutang kepada daerah oleh orang pribadi atau badan sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang. Kontribusi ini bukan merupakan imbalan langsung dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan lokal dengan tujuan mengoptimalkan kesejahteraan penduduk.

Dilihat dari kewenangan perpajakan objek daerah, pajak daerah dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu yang dipungut oleh provinsi dan yang dipungut oleh kabupaten/kota. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, Pasal 2 ayat (1) dan (2) mengatur jenis pajak provinsi dan kabupaten/kota. Pajak daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat 1 antara lain pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, dan pajak rokok. Pajak kabupaten/kota sesuai pasal dan ayat yang sama meliputi pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung, pajak perdesaan. dan pajak bumi dan bangunan perkotaan, serta biaya perolehan hak atas tanah dan bangunan.

Oleh karena itu, Pajak daerah adalah pajak yang ditetapkan dan dipungut oleh pemerintah daerah melalui Peraturan Daerah (PERDA). Kewenangan memungut pajak ini berada pada pemerintah daerah, yang bertugas menyelenggarakan urusan pemerintahan dan

mendorong pembangunan di daerah. Apalagi pajak daerah diperhitungkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD).

Mardiasmo (2012, hal. 134) mengidentifikasi beberapa ciri pajak daerah, antara lain dipungut oleh pemerintah daerah sesuai dengan kewenangan yang diberikan peraturan perundang-undangan. Pajak-pajak ini dikenakan dalam situasi, peristiwa, dan tindakan yang ditentukan oleh ketentuan hukum yang menjadikannya dikenakan pajak daerah. Penegakan dapat dilakukan, artinya individu yang tidak memenuhi kewajiban perpajakan daerahnya dapat dikenakan sanksi, baik pidana maupun finansial. Tidak ada korelasi langsung antara pembayaran pajak daerah dengan imbalan atau balas jasa individu atas jasa. Pendapatan yang diperoleh dari pajak daerah disetorkan ke kas daerah.

Kriteria tertentu harus dipenuhi agar sesuatu dapat dianggap sebagai pajak daerah. Kriteria tersebut meliputi:

1. Pajak, Bukan Retribusi: Harus berupa pajak, bukan retribusi.
2. Kehadiran Lokal: Objek pajak harus berada di wilayah kabupaten/kota yang bersangkutan, dengan mobilitas terbatas, dan terutama melayani masyarakat di wilayah kabupaten/kota tersebut.
3. Netralitas Ekonomi: Tidak boleh menimbulkan dampak ekonomi yang merugikan, menghindari gangguan pada alokasi sumber daya ekonomi dan menghambat aliran sumber daya ekonomi antar wilayah atau kegiatan ekspor-impor.
4. Kecukupan Pendapatan: Jika potensi mencukupi, penerimaan pajak harus melebihi biaya pemungutannya.
5. Keadilan dan Kapasitas Masyarakat: Pertimbangan aspek keadilan dan kapasitas masyarakat sangatlah penting.
6. Pelestarian Lingkungan: Harus berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan.

Dalam konteks pemerintahan daerah, penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) seringkali tidak mampu memenuhi seluruh kebutuhan keuangan belanja daerah. Permasalahan ini disebabkan oleh kurangnya kemampuan daerah untuk memanfaatkan sumber-sumber PAD secara maksimal atau tidak adanya potensi ekonomi yang signifikan yang dapat menghasilkan pendapatan yang besar.

Sesuai Pasal 94 Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2009, penerimaan pajak yang dihasilkan dalam suatu provinsi diperuntukkan bagi kabupaten/kota dalam daerah/provinsi masing-masing, dengan memperhatikan ketentuan yang ditentukan yaitu, Pendapatan yang diperoleh dari pajak kendaraan bermotor dan bea balik nama kendaraan bermotor dialokasikan

kepada kabupaten/kota dengan tarif sebesar 30%. Begitu pula 70% penerimaan pajak bahan bakar kendaraan bermotor ditransfer ke kabupaten/kota. Selain itu, 70% penerimaan pajak rokok diserahkan kepada kabupaten/kota, dan 50% penerimaan pajak dialokasikan kepada kabupaten/kota.

Alokasi pendapatan kepada kabupaten/kota ditetapkan dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti pemerataan dan/atau potensi yang dimilikinya. Ketentuan tambahan yang mengatur tentang pembagian penerimaan pajak Provinsi kepada kabupaten/kota diatur dalam Peraturan Daerah Provinsi

Penagihan pajak dapat dilakukan melalui pendekatan pembayaran sendiri yang dilakukan oleh Wajib Pajak yang dikenal dengan istilah self-assessment. Sistem pemungutan pajak daerah yang ada saat ini mencakup beragam metode, seperti sistem setoran tunai, sistem pembayaran di muka, sistem atribusi, sistem barang berharga, dan sistem kartu. Proses penagihan tersebut meliputi penerbitan Sistem Surat Keputusan (SKP), sistem setor tunai, sistem pembayaran di muka, sistem atribusi, sistem barang berharga, dan sistem kartu.

#### **D. Pajak Reklame**

Pajak reklame mempunyai posisi strategis dalam pendanaan daerah karena berfungsi sebagai pajak daerah dan sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pajak ini diperuntukkan khusus untuk kepentingan pemerintah daerah, sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000. Reformasi hukum bergantung pada undang-undang dan peraturan yang jelas dan kuat yang harus dipatuhi oleh masyarakat dan pemangku kepentingan terkait. Selain itu, reformasi ini memberikan peluang bagi kabupaten/kota untuk memungut berbagai jenis pajak daerah, sesuai dengan kebutuhan potensi daerah. Tujuannya adalah memberikan keleluasaan kepada kabupaten/kota untuk proaktif menyikapi kondisi masa depan dan perkembangan perekonomian daerah. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan potensi pajak dengan tetap menjaga kesederhanaan jenis pajak, mempertimbangkan aspirasi masyarakat, dan berpegang pada kriteria yang telah ditetapkan.

Yang dimaksud dengan objek pajak pajak reklame adalah seluruh kegiatan periklanan yang dituangkan dalam Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, sesuai Peraturan Walikota Medan Nomor 17 Tahun 2014. Objek pajak yang dimaksud meliputi berbagai media periklanan, antara lain baliho, megatron, baliho neon box, spanduk kain, poster tempel, iklan leaflet, iklan berjalan, iklan suara, iklan udara, iklan mengambang, iklan film/slide, iklan demonstrasi, dan lain-lain.



Tidak semua operasi periklanan dikenai pajak periklanan, dan terdapat pengecualian khusus terhadap kewajiban pajak. Berikut ini yang dikecualikan untuk diperhitungkan sebagai objek pajak reklame:

1. Iklan yang disampaikan melalui internet, televisi, radio, berita harian, berita mingguan, berita bulanan, dan media sejenisnya.
2. Label atau merek produk yang ditempelkan pada barang yang diperdagangkan, dengan tujuan untuk membedakannya dengan produk lain.
3. Mengidentifikasi nama-nama usaha atau profesi yang melekat pada bangunan, memenuhi ketentuan mengenai identifikasi badan usaha atau profesi.
4. Iklan yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah.
5. Iklan lain yang ditetapkan dengan peraturan daerah, seperti iklan yang diselenggarakan untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

Landasan ketentuan peraturan perundang-undangan tentang pajak reklame di suatu kabupaten/kota dituangkan dalam Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997, yang kemudian direvisi dengan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah. Pajak jenis ini tergolong pajak daerah dan seluruh penerimaannya wajib ditransfer ke daerah kabupaten/kota masing-masing.

Pendapatan yang dihasilkan dari pajak reklame diwajibkan memberikan kontribusi minimal sepuluh persen kepada desa atau daerah masing-masing. Arahan ini sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada, khususnya ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang mengatur mengenai pajak dan retribusi daerah sebagai perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997. Selain itu, rincian pelaksanaannya dituangkan dalam Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2014 memberikan petunjuk teknis pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.

Penekanan pajak reklame ditujukan kepada orang perseorangan atau badan yang melakukan pemanfaatan jasa reklame. Secara khusus, wajib pajak pajak reklame ditentukan oleh apakah reklame tersebut diselenggarakan langsung oleh orang pribadi atau badan atau melalui pihak ketiga. Menurut Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang mengusahakan atau menyelenggarakan reklame. Jika reklame tersebut dilakukan langsung oleh pihak swasta atau badan, maka merekalah yang memikul tanggung jawab pajak reklame. Namun jika ada pihak ketiga yang terlibat dalam penyelenggaraan reklame tersebut, maka merekalah yang menjadi wajib pajak reklame.

Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame menguraikan tentang ketentuan dan pedoman perpajakan atas reklame di kota Medan : Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame. Jika iklan dikelola oleh pihak ketiga, maka nilai sewa ditentukan oleh nilai kontrak. Untuk iklan yang diselenggarakan secara mandiri, nilai sewa dihitung dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti jenis, bahan yang digunakan, lokasi, waktu, jangka waktu pengoperasian, serta jumlah dan ukuran media iklan. Apabila nilai sewa yang ditentukan tidak berlaku atau dianggap tidak wajar, maka ditentukan dengan menggunakan faktor-faktor tersebut. Cara perhitungannya adalah dengan menjumlahkan nilai jual iklan dan nilai strategisnya, yaitu nilai jual yang diperoleh dari luas/ukuran media dikalikan dengan satuan harga iklan dalam jangka waktu tertentu. Rincian lebih lanjut mengenai penghitungan nilai sewa diatur dalam peraturan walikota.

Tarif pajak periklanan mungkin berbeda-beda di setiap wilayah, namun tarifnya tidak boleh melebihi dua puluh lima persen. Penting untuk dicatat bahwa, sebelum menetapkan dasar untuk mengenakan dan menghitung jumlah pajak iklan, seseorang harus mempertimbangkan Nilai Sewa Iklan (NSR). NSR dihitung berdasarkan nilai barang iklan dan kepentingan strategis penempatannya. Sesuai Petunjuk Teknis yang dituangkan dalam Peraturan Walikota Medan Nomor 17 Tahun 2014 tentang pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Pendekatan penelitian deskriptif melibatkan pengumpulan, pengorganisasian, interpretasi, dan analisis data untuk menyajikan gambaran komprehensif tentang situasi tertentu. Tujuan utamanya adalah untuk menghasilkan informasi yang sistematis, faktual, dan tepat tentang ciri-ciri dan rincian suatu populasi atau wilayah tertentu, sehingga memungkinkan diperolehnya kesimpulan yang bermakna.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

*Pemungutan Pendapatan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.*

Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melakukan penelitian yang menghasilkan data yang disajikan dalam bentuk tabel yang menggambarkan target dan realisasi

pemungutan pajak reklame di Kota Medan dari tahun 2014 sampai dengan 2018. Tabel ini memberikan ringkasan komprehensif dari data ini.

Tabel 1

Tujuan dan Angka Realisasi Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Persentase</b>
2014	59.161.250.000	9.620.486.121	16.3%
2015	78.352.357.000	12.834.133.038	16.4%
2016	89.852.375.000	17.508.256.230	19.5%
2017	94.352.375.000	22.310.887.084	23.7%
2018	107.229.883.724	13.766.232.677	12.8%

Sumber : BPPRD Kota Medan

Penilaian nilai efektivitas secara menyeluruh didasarkan pada kriteria kinerja keuangan yang ditetapkan dalam Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 690.900.327 Tahun 1996. Keputusan ini memberikan arahan mengenai kinerja dan penilaian keuangan, dengan kriteria khusus yang disusun pada tabel berikutnya.

Tabel 2

Kriteria untuk mengevaluasi efektivitas dalam konteks interferensi.

<b>Persentase &gt;100%</b>	<b>Kriteria Sangat Efektif</b>
90-100%	Efektif
80-90%	Cukup
60-80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

Sumber : Kepmendagri No. 690.900.327 tahun 1996

Pemanfaatan tabel yang tersedia memungkinkan untuk dilakukan pemeriksaan terhadap target yang direncanakan dan realisasi aktual penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan selama periode lima tahun berturut-turut.

Pada tahun 2014, target pajak reklame yang diantisipasi adalah sebesar Rp 59.161.250.000. Namun realisasinya sebesar Rp9.620.486.121 sehingga menghasilkan tingkat efektivitas sebesar 16,3%. Hal ini menunjukkan rendahnya tingkat efektivitas pemungutan penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan pada tahun tersebut.

Pada tahun 2015, perkiraan target pajak reklame adalah sebesar Rp78.352.357.000. Namun realisasinya sebesar Rp12.834.133.038 sehingga menghasilkan tingkat efektivitas sebesar 16,4%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi pemungutan penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dinilai belum efektif pada tahun tersebut.

Pada tahun 2016, proyeksi target pajak reklame adalah sebesar Rp89.852.375.000, Dengan realisasi pengumpulan sebesar Rp17.508.256.230, maka tingkat efektivitasnya berada pada angka 19,5%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dinilai belum efektif pada tahun tersebut.

Pada tahun 2017, proyeksi target pajak reklame adalah sebesar Rp94.352.375.000, sedangkan realisasinya sebesar Rp22.310.887.065 dengan tingkat efektivitas sebesar 23,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya pemungutan penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dinilai belum efektif pada tahun tersebut.

Pada tahun 2018, antisipasi target pajak reklame sebesar Rp107.229.883.724, sedangkan realisasinya sebesar Rp13.766.232.677 dengan tingkat efektivitas sebesar 12,8%. Hal ini menyoroti realisasi penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan yang dinilai belum efektif pada tahun tersebut.

#### *Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan Belum Mencapai Target*

Berdasarkan penelaahan terhadap penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, ternyata masih jauh dari target yang ditetapkan. Kesenjangan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti yang terlihat dari wawancara dengan Ketua Satgas III yang fokus pada iklan tempel. Penerapan peraturan baru, khususnya pembatasan periklanan di area tertentu seperti trotoar dan jalan raya, serta keharusan bagi perusahaan untuk memiliki lahan sendiri untuk beriklan, telah memberikan tantangan yang signifikan bagi perusahaan periklanan. Peraturan yang ketat ini menyebabkan pengusaha periklanan kesulitan mendapatkan izin pendiriannya.

#### *Tingkat kepatuhan wajib pajak reklame terhadap Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan masih rendah.*

Analisis data menunjukkan masih minimnya kepatuhan wajib pajak terhadap iklan di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Beberapa faktor yang menyebabkan situasi ini, antara lain, berdasarkan wawancara dengan Ketua Satgas III yang fokus pada iklan terlampir, tidak adanya tindakan tegas yang diambil oleh Satpol PP dan kurangnya pengawasan dari pihak yang sama. Selain itu, tingkat kesadaran di kalangan pengusaha periklanan masih belum optimal, dan petugas pajak menghadapi tantangan dalam berkomunikasi secara efektif dengan wajib pajak. Banyak wajib pajak yang menahan diri untuk tidak melaporkan, dan terdapat harapan masyarakat terhadap berkurangnya tunggakan terkait pajak reklame.

*Pengumpulan penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.*

Pajak Reklame adalah biaya yang dikenakan kepada wajib pajak orang pribadi atau badan usaha yang memasang iklan di lokasi tertentu, dengan tarif pajak yang bervariasi berdasarkan besar kecilnya iklan yang ditampilkan.

Dalam konteks peningkatan pendapatan, penekanannya terletak pada pemberian kontribusi, yang mengacu pada sumbangan atau kontribusi finansial yang dilakukan secara kolaboratif dengan entitas lain untuk tujuan, pengeluaran, atau mitigasi kerugian tertentu. Besaran iuran tersebut merupakan perbandingan berbagai jenis pajak terhadap penerimaan pajak secara keseluruhan, baik sebelum maupun sesudah penerapan UU No. 34 Tahun 2000.

Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) menggunakan rumus :

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Pendapatan Asli Daerah}} \times 100\%$$

Berikut data mengenai dampak pajak reklame terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Manajer Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

Tabel 3

Kontribusi penerimaan pajak reklame aktual sangat berperan dalam mendongkrak pendapatan asli daerah.

<b>Tahun</b>	<b>Realisasi Pajak Reklame Rp</b>	<b>Realisasi Pendapatan</b>	<b>Persentase%</b>
2014	9.620.486.121	1.384.246.114.730	0,69
2015	12.834.133.038	1.413.442.053.247	0,91
2016	17.508.256.230	1.536.389.697.085	1,14
2017	22.310.887.084	1.547.094.766.144	1,14
2018	13.766.232.677	1.454.148.147.927	0,95

Sumber : BPPRD

Rincian nilai kontribusi ditetapkan sesuai dengan pedoman yang ditetapkan oleh Departemen Dalam Negeri, khususnya melalui Kepmendagri No. 690.900.327 tahun 1996, yang mengatur kriteria evaluasi keuangan dan kinerja. Kriteria khusus ini disusun dan disajikan pada tabel berikutnya.

Tabel 4

Kriteria untuk menilai kontribusi dalam konteks intervensi

Persentase Kriteria Kontribusi	Kriteria Kontribusi
0,00-10%	Sangat Kurang
10,10%-20%	Kurang
20,10%-30%	Sedang
30,10%-40%	Cukup Baik
40,10%-50%	Baik
Diatas 50%	Sangat Baik

Sumber: Depdagri, Kepmendagri No.690.900.327. Tahun 1996

Dari perhitungan di atas terlihat bahwa peran realisasi penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan periode tahun 2014-2018 dapat tergolong terkendala atau kurang.

## B. Pembahasan

*Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Meningkatkan PAD pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan*

Pajak Reklame merupakan pungutan yang dikenakan kepada Wajib Pajak orang pribadi atau badan yang melakukan pemasangan reklame pada lokasi tertentu. Tarif pajak ditentukan berdasarkan dimensi reklame yang ditampilkan.

Peningkatan pendapatan erat kaitannya dengan kontribusi, yaitu kontribusi kolaboratif atau Kontribusi yang dilakukan secara kolaboratif dengan entitas lain untuk tujuan, pengeluaran, atau kerugian tertentu. Besaran iuran tersebut merupakan perbandingan berbagai jenis pajak terhadap penerimaan pajak secara keseluruhan, baik sebelum maupun setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000.

Berdasarkan Tabel 3, data menunjukkan kecilnya kontribusi pajak reklame terhadap aktualisasi pendapatan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kontribusi pajak reklame tergolong sangat rendah. Pada tahun 2014 kontribusinya sebesar 0,69% dan pada tahun 2015 hingga tahun 2017 mengalami tren meningkat. Khusus pada tahun 2015, kontribusinya meningkat menjadi 0,91%, kemudian meningkat lagi menjadi 1,14% pada tahun 2016. Pada tahun 2017, kontribusinya terus meningkat hingga mencapai 1,44%. Namun pada tahun 2018, kontribusinya mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 0,95%.

Semakin tinggi nilai kontribusi penerimaan pajak berarti semakin besar pula kemampuan pajak dalam meningkatkan pendapatan daerah. Sebaliknya, nilai kontribusi yang lebih rendah menunjukkan berkurangnya peran penerimaan pajak dalam memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah.

Meski demikian, realisasi penerimaan pajak reklame belum memberikan kontribusi optimal terhadap peningkatan PAD (Pendapatan Asli Daerah) seperti yang dicita-citakan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Angka-angka penerimaan pajak reklame menunjukkan dampak yang terbatas terhadap pertumbuhan PAD, terutama jika dibandingkan dengan target tahunan yang semakin meningkat yang ditetapkan oleh pemerintah daerah.

Target penerimaan PAD yang ambisius yang ditetapkan Pemerintah Daerah mengharuskan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melakukan berbagai inisiatif, termasuk upaya untuk mendorong penerimaan pajak reklame.

Menurut wawasan yang dihimpun melalui perbincangan dengan pejabat Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan., disebutkan bahwa meskipun penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan karena adanya penyesuaian tarif seiring dengan perubahan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2015, namun peningkatan tersebut mengalami peningkatan. tidak diterjemahkan ke dalam peningkatan PAD yang optimal. Faktanya, dampaknya terhadap PAD masih rendah.

Akar permasalahan ini terletak pada kurangnya kesadaran wajib pajak periklanan mengenai tanggung jawabnya dalam memenuhi pembayaran pajak dan kewajiban pelaporan kepada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.

*Penjelasan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan kurang mencapai target.*

Analisis data menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan periode tahun 2014 hingga tahun 2018 melenceng signifikan dari target yang telah ditetapkan. Kekurangan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti terungkap dalam wawancara dengan ketua Satgas III yang fokus pada iklan terlampir. Khususnya, penerapan peraturan baru ini memberikan tantangan bagi para pengusaha periklanan, karena mereka kini dilarang memasang iklan di trotoar atau jalan raya dan diharuskan memiliki lahan sendiri, sehingga menimbulkan hambatan dalam memperoleh izin lokasi mereka.

Untuk memenuhi target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan melakukan strategi antara lain pengembangan aplikasi dengan pendekatan *online*, kemudahan pembayaran *online*, dan penerapan pengawasan yang waspada.

Pendekatan Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dalam memantau pemungutan pajak reklame, yang dituangkan dalam wawancara dengan bendahara penerima di instansi tersebut, meliputi beberapa langkah utama:

1. Menetapkan Target Penerimaan Pajak Reklame: Hal ini mencakup penentuan jumlah target penerimaan pajak reklame. Perhitungannya meliputi evaluasi pajak reklame prospektif tahun yang akan datang dengan memperhitungkan penerimaan pajak tahun sebelumnya dan mempertimbangkan perkembangan di kota Medan. Target pajak ditetapkan oleh DPRD Kota Medan.
2. Mendefinisikan kriteria untuk menilai audit pemungutan: Badan tersebut melakukan kegiatan pemeriksaan setiap triwulan terhadap wajib pajak untuk mengukur efektivitas pemungutan pajak iklan.
3. Melaksanakan Kegiatan Pengamanan: Hal ini melibatkan kunjungan langsung ke lapangan untuk memastikan kepatuhan wajib pajak. Badan tersebut melakukan kegiatan menyeluruh, termasuk memetakan seluruh iklan bagi wajib pajak yang teridentifikasi potensi ketidakpatuhan pembayaran pajaknya.
4. Analisis Aktivitas Nyata dan Deviasi: Badan ini melakukan aktivitas nyata dan memetakan seluruh iklan untuk wajib pajak yang berpotensi menimbulkan masalah ketidakpatuhan. Hasilnya dibandingkan dengan target yang telah ditentukan, dan dianalisis penyimpangannya. Penyimpangan sering kali bermula dari ketidaktaatan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan yang berlaku.

Singkatnya, proses pemantauan melibatkan penetapan target, kegiatan inspeksi rutin, tindakan pengamanan di lokasi, dan analisis kegiatan yang komprehensif untuk mengidentifikasi dan mengatasi penyimpangan yang dapat menghambat pencapaian target. Ketidakpatuhan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan diakui sebagai faktor signifikan yang berkontribusi terhadap penyimpangan dari target yang telah ditetapkan.

Kesulitan yang dihadapi dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan meliputi:

1. Rendahnya Kesadaran Pengusaha Periklanan: Kurangnya kesadaran pengusaha periklanan mengenai perlunya pengelolaan pajak periklanannya.
2. Proses Pendaftaran Iklan Pribadi yang Rumit: Sifat rumit dari proses pendaftaran, yang mencakup penyerahan berkas, survei, pendekatan pajak iklan, pembayaran, dan perizinan, membuat pengusaha periklanan ragu atau segan untuk melakukan prosedur ini.



3. Kewajiban Ganda untuk Pengaturan Iklan: Persyaratan untuk mengatur iklan dua kali memberikan beban tambahan, sehingga berkontribusi pada kesulitan dalam kepatuhan.
4. Kurangnya Tindak Lanjut atas Keterlambatan Pembayaran: Tidak adanya tindakan tindak lanjut bagi pengusaha periklanan yang menunda pembayaran pajaknya, sehingga berpotensi menimbulkan masalah dalam menegakkan kepatuhan tepat waktu.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan secara aktif menerapkan strategi peningkatan pengawasan melalui inisiatif sebagai berikut:

1. Membangun Hubungan Positif dan Memberikan Pelayanan Prima: Badan ini fokus membina hubungan positif dengan wajib pajak dengan memberikan pelayanan prima. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan, fasilitas, dan kenyamanan kepada wajib pajak, serta menumbuhkan lingkungan kerja sama yang menguntungkan kedua belah pihak.
2. Melakukan Operasi Lapangan: Melalui operasi lapangan, instansi tersebut aktif memantau objek pajak reklame. Hal ini mencakup identifikasi izin usaha yang telah habis masa berlakunya dan segera memberitahukan wajib pajak untuk memperbaruinya, dengan menekankan pentingnya mengatasi denda atau sanksi administratif terkait dengan izin yang telah habis masa berlakunya.
3. Strategi Sosialisasi: Strategi proaktif melibatkan seruan kepada masyarakat untuk mematuhi pajak daerah, dengan menekankan pentingnya pembayaran pajak. Upaya ini berupaya untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat akan pentingnya pemenuhan kewajiban perpajakan.
4. Kerjasama dengan Pihak Ketiga: Upaya kerjasama dengan pihak eksternal seperti kepolisian, aparatur sipil negara, kejaksaan, dan pariwisata bertujuan untuk memudahkan kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan.
5. Pengumpulan Langsung: Badan ini terlibat dalam kegiatan penagihan langsung, yang melibatkan kunjungan ke wajib pajak yang memiliki tunggakan pajak atau bisnis. Hal ini termasuk pengenaan denda atau sanksi administratif secara langsung atas jumlah yang terutang.
6. Mendorong Kepatuhan melalui Spanduk Peringatan: Masyarakat dihimbau untuk memasang spanduk peringatan untuk memastikan iklan mematuhi peraturan. Selain

itu, pihak instansi mengimbau untuk menghubungi nomor pemilik yang tertera pada objek iklan untuk memudahkan pengurusan izin usaha yang diperlukan.

Strategi multifaset ini bertujuan untuk meningkatkan pengawasan, menumbuhkan kepatuhan, dan menciptakan lingkungan yang lebih kooperatif antara Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dan wajib pajak.

*Kepatuhan wajib pajak reklame terhadap Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan masih berada pada tingkat yang rendah.*

Kajian terhadap data yang ada menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan periklanan di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan masih sangat kurang. Situasi ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti terungkap dalam wawancara dengan Ketua Satgas III yang terfokus pada iklan terlampir. Faktor-faktor tersebut antara lain kurangnya tindakan Satpol PP (Badan Ketertiban Umum), Kurangnya pengawasan yang memadai oleh Satpol PP, kurangnya kesadaran para pelaku usaha periklanan, kurang maksimalnya upaya interaksi petugas pajak dengan wajib pajak, keengganan banyak wajib pajak untuk melapor, dan ekspektasi masyarakat terhadap penurunan tunggakan pajak iklan turut berkontribusi terhadap tantangan yang dihadapi dalam menjalankan perpajakan. pelaksanaan pemungutan pajak reklame.

Selain itu, menurut wawancara dengan wajib pajak periklanan, permasalahan ketidakpatuhan berasal dari tidak memadainya layanan yang diberikan oleh instansi terkait kepada wajib pajak yang berupaya memenuhi kewajibannya. Petugas pajak sering kali ragu untuk memberikan informasi terkini kepada para wajib pajak, sehingga menyebabkan kurangnya pemahaman terhadap peraturan perpajakan terkini.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penulis bermaksud mengambil kesimpulan mengenai pengaruh penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan daerah pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan. Terlihat jelas bahwa kontribusi pendapatan pajak reklame terhadap pendapatan badan tersebut, khususnya dalam meningkatkan PAD, saat ini masih kurang. Kekurangan tersebut antara lain disebabkan karena realisasi penerimaan pajak reklame belum mencapai target yang ditetapkan dan terbukti tidak efektif. Penyebab utama kekurangan ini adalah penerapan peraturan baru, yang memberikan beban bagi bisnis periklanan dengan membatasi kehadiran

mereka di trotoar dan jalan raya serta mewajibkan penggunaan lahan mereka sendiri. Peraturan tersebut memberikan tantangan bagi pengusaha periklanan dalam mendapatkan izin lokasinya.

Selain itu, rendahnya kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan periklanan dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Kurangnya penindakan dan pengawasan Satpol PP, kurangnya kesadaran pelaku usaha periklanan, Komunikasi antara petugas pajak dan wajib pajak kurang optimal, dan masih banyak wajib pajak yang enggan melaporkan diri, dan ekspektasi masyarakat terhadap pengurangan tunggakan pajak iklan secara kolektif berkontribusi terhadap masih rendahnya tingkat kepatuhan dalam hal ini.

### **Saran**

Untuk meningkatkan keberhasilan penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan pada tahun mendatang, maka ditawarkan rekomendasi sebagai berikut:

1. Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan agar meningkatkan pemberian pelayanan kepada seluruh wajib pajak periklanan.
2. Badan tersebut harus secara proaktif terlibat dalam upaya penjangkauan pajak yang ditujukan kepada semua wajib pajak periklanan.
3. Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan agar memperketat pengawasan dan mengambil tindakan tegas terhadap wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakannya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bahmid, N., & Wahyudi, H.(2018). Pengaruh Pemungutan Pajak Hotel dan Pajak Hiburan Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 18 (1), 14-26
- Halim, A., & Kusufi, M. S. (2013). *Akuntansi Keuangan Daerah*. Edisi 4, Jakarta : Salemba Empat
- Hanum, Z. (2018). Analisis Penyampaian SPT Masa Dan Jumlah Wajib Pajak Badan Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Penghasilan Pasal 21 Di KPP Pratama Medan Belawan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 18 (2), 123-133
- Mardiasmo (2013). *Perpajakan*. Edisi Revisi. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.
- Peraturan Daerah ProviNSI Sumatera Utara Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah

Peraturan Wali Kota Medan No 38 Tahun 2014 Tentang Penetaan Pajak Reklame. Periantara,  
D. (2013). Perpajakan Indonesia Edisi 2 Revisi. Mitra Wicana Media

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan  
Retribusi Daerah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan  
Antara Pemerinta Pusat dan Pemerintah Daerah