

OPTIMALISASI PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DI BADAN PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN MADIUN

Citra Ningrum¹⁾, Nik Amah²⁾, Erma Wulan Sari³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Citraningrum414@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

nikamah@unipma.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

ermawulansari@unipma.ac.id

Abstract

The goal of the study is to determine the best ways to maximize the collection of billboard taxes, pinpoint the challenges that the Madiun Regency regional revenue authority faces, and reduce those challenges. Observation, interviews, literature reviews, documentation, and other data gathering methods produced primary and secondary data for the descriptive and qualitative analysis method employed in the study. Because the results of the billboard tax revenue have surpassed the previously stated objective, the data demonstrate that the Madiun Province Regional Revenue Agency's billboard tax collection is operating at peak efficiency. However, there is still a high mutation in receivables due to uncollected billboard tax arrears, as a result of billboard taxpayers who are less compliant in paying their taxes, and there are limited human resources which cause advertising tax collection efforts to not be maximized and have a negative impact on billboard tax revenue.

Keywords: *Optimization, Collection of Advertisement Tax, Advertisement Tax, and Advertisement Taxpayers.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan cara terbaik untuk mengoptimalkan pemungutan pajak reklame, menemukan masalah yang dihadapi oleh otoritas pendapatan daerah di Kabupaten Madiun, dan mengurangi hambatan yang dihadapi oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun. Analisis deskriptif dan kualitatif digunakan dalam penelitian, dan data primer dan sekunder diperoleh melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa pengeluaran pajak reklame di Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Madiun telah mencapai tingkat yang optimal. Ini disebabkan oleh fakta bahwa jumlah yang diterima dari pajak reklame telah melebihi target yang telah ditetapkan sebelumnya. Tetapi, masih ada mutasi piutang yang tinggi dikarenakan adanya tunggakan pembayaran pajak reklame yang belum tertagih, akibat dari wajib pajak reklame yang kurang patuh dalam pembayaran pajaknya, dan terdapat keterbatasan Sumber Daya Manusia yang menyebabkan upaya penagihan pajak reklame belum maksimal berdampak negatif terhadap pendapatan pajak reklame.

Kata Kunci: Optimalisasi, Pemungutan Pajak Reklame, Pajak Reklame, dan Wajib Pajak Reklame.

A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang pesat diiringi dengan pertumbuhan bisnis menjadikan pembuatan dan penerapan reklame harus diperhatikan, seperti dalam hal bidang perpajakan, yang jika dikelola dengan baik maka dapat menjadi sumber pendapatan daerah yang cukup menjanjikan (Rinaldi & Singgih, 2023). Reklame dapat menjadi penghasilan daerah berupa pajak pendirian reklame yang dipungut oleh pemerintah kabupaten atau kota (Hardianti et al., 2023). Pajak reklame dikenakan pada penyelenggara reklame. Reklame adalah sebuah metode promosi berupa gambar bercorak yang digunakan untuk kepentingan bisnis dalam menarik publik ditempat umum untuk mengenalkan produk yang dipasarkan agar dikenal dan dibaca dan dilihat oleh khalayak umum (Herfina & Syofia, 2022).

Pendapatan pajak reklame di BAPENDA Kabupaten Madiun, terdapat realisasi penerimaan yang sangat optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat pencapaian yang sangat memuaskan, dikarenakan hasil penerimaan pajak reklame mendapatkan hasil yang baik lebih dari target yang telah ditentukan oleh BPD atau (Badan Pendapatan Daerah) Kabupaten Madiun dari tahun sebelumnya. Berdasarkan hasil penerimaan pajak reklame sudah sangat optimal, tetapi masih terdapat mutasi piutang pajak di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun yang belum signifikan pada jenis pajak reklame. Mutasi piutang menunjukkan adanya tunggakan pembayaran pajak reklame belum tertagih, akibat dari pembayaran pajak reklame yang kurang patuh. Kondisi ini dapat dilihat dari data tabel 1.1.

**Tabel 1. 1 Daftar Mutasi Piutang Pajak reklame di Kabupaten Madiun
Tahun 2020-2023**

Daftar Mutasi Piutang Pajak Reklame	
Masa Pajak	Saldo (Rp)
2020	34.322.006
2021	34.342.068
2022	82.742.043
2023	65.671.043

Sumber: Bapenda Kabupaten Madiun (data diolah penulis, 2024)

Berdasarkan data tabel 1.1 di atas dapat dilihat nilai mutasi piutang pajak dari reklame pada masa pajak 2020-2021 di Kabupaten Madiun mengalami peningkatan nilai mutasi pajak reklame, namun pada masa pajak 2022 dan 2023 di Kabupaten Madiun terjadi penurunan dikarenakan adanya penambahan pembayaran dari wajib pajak. Kesimpulannya yaitu

penerimaan mutasi piutang pajak reklame mengalami *fluktuatif* atau naik turun nilai yang tidak tetap.

Peningkatan pajak dan optimalisasi pendapatan dari pajak reklame dapat dicapai melalui peningkatan kesadaran publik tentang pentingnya membayar pajak reklame, meningkatkan efisiensi administrasi pada proses pemungutan pajak, dan penggunaan teknologi informasi kepatuhan wajib pajak untuk menyempurnakan sistem administrasi (Ndiak, 2022). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Rianty & Syahputera, (2020) dan Fatmawati & Adi, (2022) bahwa kesadaran wajib pajak bergantung pada pengalaman pribadi mereka sendiri, sehingga kepatuhan mereka akan meningkat seiring dengan peningkatan kesadaran.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu keduanya mempertimbangkan optimalisasi pemungutan pajak reklame. Sedangkan *novelty* penelitian ini yang membedakan dari penelitian sebelumnya yaitu objek penelitian serta penelitian ini berkonsentrasi dalam mengidentifikasi penyebab dan solusi yang tepat untuk mengatasi mutasi piutang pajak reklame yang kurang signifikan dengan tetap mempertahankan target pendapatan pajak reklame yang sudah sangat optimal.

B. KAJIAN TEORI

Konsep Dasar Perpajakan

Pajak merupakan suatu kewajiban yang harus dipenuhi oleh wajib pajak pribadi maupun badan usaha. Sementara, penerimaan pajak adalah penghasilan atau keuntungan yang diperoleh pemerintah bersumber dari pajak yang diberikan oleh wajib pajak. Di sisi lain menurut Cindy, (2023) menjelaskan bahwa, pajak merupakan salah satu sumber pendapatan untuk pembangunan nasional dan mempunyai peran yang penting dalam kehidupan berbangsa karena memiliki fungsi, seperti berikut:

1. Fungsi Penerimaan (*Budgetair*)

Anggaran berfungsi sebagai alat untuk membiayai pengeluaran negara dan merupakan sumber pembiayaan negara yang terbesar dalam sebuah negara.

2. Fungsi Redistribusi Pendapatan

Fungsi redistribusi pendapatan memiliki kegunaan untuk memberikan biaya pembangunan dalam kepentingan umum.

Sistem pemungutan pajak *Official-Assessment System* adalah sistem pemungutan pajak dimana *fiscus* menentukan besaran yang harus dibayarkan oleh wajib pajak berdasarkan data yang disampaikan oleh wajib pajak atau ditemukan oleh *fiscus* itu sendiri. Berbeda dengan sistem *self-assesment*, pada sistem ini pembayaran wajib pajak bersifat pasif dan otoritas pajak berperan aktif.

“Pajak Reklame adalah biaya yang dikenakan atas pengelolaan iklan. Reklame adalah alat, atau media yang bentuk dan gayanya disesuaikan dengan kebutuhan produk yang dimaksudkan untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian publik terhadap produk yang dikenalkan kepada masyarakat atau khalayak umum.”

Dalam pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun terdapat berbagai peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar aturan dari Pajak Reklame antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
2. Peraturan Daerah Kabupaten Madiun Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
3. Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 5 Tahun 2021 tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame.
4. Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 66 Tahun 2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah.

Berdasarkan Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 5 Tahun 2021 menyatakan bahwa, besaran pokok dari pajak reklame yang dilakukan perhitungan dengan tarif dikali dengan dasar pengenaan pajak, dan dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Besarnya pajak terutang} &= \text{Nilai Sewa Reklame (NSR)} \times \text{Tarif} \\ &= \text{Nilai Sewa Reklame (NSR)} \times 25\%\end{aligned}$$

(Sumber: Peraturan Bupati Nomor 5 Tahun 2021)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini dilakukan secara langsung dengan turun lapangan atau pada bidang penyelidikan pajak di mana objek penelitian yang digunakan yaitu pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun. Menurut Mustafa eds., (2022) menjelaskan bahwa, jenis penelitian deskriptif kualitatif memaparkan data asli tanpa manipulasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran informasi menyeluruh mengenai suatu peristiwa atau rencana untuk menginformasikan dan menjelaskan fenomena yang telah terjadi.

Bentuk penelitian ini adalah menganalisis dan mengidentifikasi kembali terhadap kesesuaian dari berbagai faktor yang mempengaruhi proses optimalisasi pemungutan pajak reklame, yang terdaftar di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun atas pemenuhan kewajiban perpajakannya. Dari hasil mengidentifikasi kembali terhadap kesesuaian optimalisasi pemungutan pajak reklame.

Sumber data yang digunakan penulis antara lain sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari objek yang diteliti (Damayanti et al., 2021). Data yang terdapat pada penelitian ini didapatkan oleh penulis secara langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Pengambilan data dan informasi yang digunakan penulis yaitu dengan cara wawancara. Wawancara dilakukan dengan informan yang memiliki wewenang di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun pada bidang sekretariat divisi perencanaan ahli muda. Wawancara tersebut berkaitan dengan kondisi mengenai proses pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan secara tidak langsung, seperti melalui orang lain atau dokumen yang sudah ada (Damayanti et al., 2021). Sumber data sekunder didalam penelitian ini berbentuk dokumen diantaranya salinan Undang-Undang, Peraturan Daerah dan Peraturan Bupati

Kabupaten Madiun yang berlaku pada saat penelitian, laporan jumlah piutang wajib pajak reklame yang terdaftar di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun, serta data tujuan dan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Madiun.

Berdasarkan penyusunan laporan penelitian tugas akhir ini, menurut Millah et al., (2023) bahwa dalam proses analisis data penelitian deskriptif kualitatif terdapat tahapan yang digunakan diantaranya ialah sebagai berikut:

a) Reduksi Data

Reduksi data yaitu Proses dalam melakukan seleksi data yang berfokus terhadap penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data yang belum dilakukan pengolahan dari dokumen tertulis untuk diperiksa dikenal sebagai reduksi data (Millah et al., 2023). Dalam proses reduksi data dalam penelitian ini. Penulis memilih data yang didapatkan sesuai dengan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun. Data tersebut meliputi optimasi pemungutan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun dan identifikasi permasalahan utama yang menghambat efektivitas proses pemungutan pajak reklame.

b) Penyajian Data

Dalam penyajian data tersebut, penulis memberikan informasi tanggal target dan realisasi penerimaan pajak reklame yang diperoleh, termasuk daftar mutasi tagihan pajak reklame dari tahun 2020-2023 di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun. Saleh et al., (2023) bahwa, optimalisasi diukur dengan membandingkan hasil penerimaan pajak daerah pada tahun berjalan dengan hasil tahun sebelumnya. Adapaun rumus untuk mengetahui tingkat dari optimalisasi pendapatan pajak reklame yaitu sebagai berikut:

$$\text{Tahun Pajak} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak}}{\text{Target Pajak}} \times 100\%$$

c) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penulis menarik kesimpulan berdasarkan hasil dari data yang sudah diolah terkait Optimalisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun.

Pada tahap ini juga, penulis melakukan verifikasi yaitu agar kesesuaian data yang disajikan dapat mengandung konsep dasar yang lebih tepat dan objektif.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Prosedur dalam melakukan sebuah pemungutan dan pelayanan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun tersebut ialah sebagai berikut:

1. Pendaftaran Wajib Pajak Baru
2. Penetapan Pajak Reklame
3. Pembayaran Pajak Reklame
4. Penagihan Pajak Reklame

Pajak reklame termasuk dalam pajak daerah serta merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting untuk membiayai penyelenggaraan pembangunan dan pemerintahan daerah. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan tentang perkembangan penetapan target dan implementasi penerimaan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun dari tahun 2020 sampai pada tahun 2023, penulis mendapati temuan bahwa target dan realisasi penerimaan pajak reklame telah mengalami peningkatan. Untuk mengetahui data target dan penerimaan pajak reklame tersebut, penulis menyajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Madiun Tahun 2020-2023

Masa Pajak	Daftar Pungutan Pajak Reklame	
	Target (Rp)	Penerimaan (Rp)
2020	200.000.000	307.095.734
2021	500.000.000	746.204.643
2022	700.000.000	935.155.507
2023	800.000.000	1.086.713.419

Sumber: Bapenda Kabupaten Madiun (data diolah penulis, 2024)

Target adalah suatu sasaran yang telah ditetapkan untuk dicapai. Dari data tabel 4.1 di atas bahwa, target penerimaan pajak reklame telah ditetapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun. Penetapan target ini didasarkan pada potensi

reklame yang ada di wilayah Kabupaten Madiun serta proyeksi ekonomi daerah. Target ini dibuat setiap tahun dan menjadi salah satu indikator keberhasilan pengelolaan pendapatan daerah. Faktor-faktor seperti perkembangan bisnis, kebijakan pemerintah, dan potensi pertumbuhan ekonomi daerah sangat mempengaruhi besarnya target yang ditetapkan.

Pada optimalisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun mencakup penetapan target berdasarkan potensi reklame dan pengukuran realisasi penerimaan melalui pemungutan sepanjang periode tertentu. Strategi ini melibatkan peningkatan pengawasan, pemutakhiran data wajib pajak, dan penggunaan teknologi informasi untuk mempercepat administrasi dan penagihan, yang secara signifikan meningkatkan penerimaan pajak reklame. Sebagai hasilnya, penulis menunjukkan bahwa upaya optimalisasi tergolong sangat optimal, hal tersebut disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 2 Optimalisasi Pemungutan Pajak Reklame

Masa Pajak	Daftar Pungutan Pajak Reklame			Kategori
	Target	Penerimaan	Persentase %	
2020	200.000.000	307.095.734	153,55%	Sangat Optimal
2021	500.000.000	746.204.643	149,24%	Sangat Optimal
2022	700.000.000	935.155.507	133,59%	Sangat Optimal
2023	800.000.000	1.086.713.419	135,84%	Sangat Optimal

Sumber: Bapenda Kabupaten Madiun (data diolah penulis, 2024)

Berdasarkan data tabel 4.2 di atas membuktikan bahwa target dan realisasi penerimaan pajak reklame pada periode tahun 2020-2023 terus mengalami peningkatan dan cenderung lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya. Pendapatan pajak reklame terus mengalami peningkatan yang signifikan baik dari segi target maupun jumlah yang dihasilkan. Persentase pajak reklame didapat dari perhitungan realisasi penerimaan dibagi target dikalikan 100%, dapat dilihat perhitungan dari tahun 2020 sampai dengan 2023.

a) Tahun 2020 = $\frac{307.095.734}{200.000.000} \times 100\%$

$$200.000.000$$

$$= 153,55\%$$

$$\text{b) Tahun 2021} = \frac{746.204.643}{500.000.000} \times 100\%$$

$$500.000.000$$

$$= 149,24\%$$

$$\text{c) Tahun 2022} = \frac{935.155.507}{700.000.000} \times 100\%$$

$$700.000.000$$

$$= 133,59\%$$

$$\text{d) Tahun 2023} = \frac{1.086.713.419}{800.000.000} \times 100\%$$

$$800.000.000$$

$$= 135,84\%$$

Meskipun hasil penerimaan pajak reklame relatif sudah sangat optimal, tetapi mutasi piutang yang kurang optimal menunjukkan tunggakan pembayaran pajak reklame yang belum tertagih dengan efektif, kondisi ini dapat dilihat dari data tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4. 3 Daftar Mutasi Piutang Pajak Reklame di Kabupaten Madiun Tahun 2020-2023

Daftar Mutasi Piutang Pajak Reklame	
Masa Pajak	Jumlah Piutang (Rp)
2020	34.322.006
2021	34.342.068
2022	82.742.043
2023	65.671.043

Sumber: Bapenda Kabupaten Madiun (data diolah penulis, 2024)

Berdasarkan data tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa adanya nilai mutasi piutang pajak reklame pada masa pajak 2020-2021 di Kabupaten Madiun mengalami peningkatan nilai mutasi pajak reklame, namun pada masa pajak 2022 dan 2023 di Kabupaten Madiun terjadi penurunan dikarenakan adanya penambahan pembayaran dari wajib pajak, yang disebabkan karena wajib pajak banyak yang tidak membayar atau menunda pajaknya atau bisa dikatakan bahwa. Sehingga dapat dikategorikan tidak efektif dan nilai mutasi piutang pajak reklame mengalami *fluktuatif* atau naik turunnya nilai yang tidak tetap.

Dalam upaya untuk melakukan peningkatan pendapatan daerah terutama melalui pajak reklame, masih terdapat adanya permasalahan di wilayah Kabupaten Madiun ini dalam rangka upaya peningkatan pajak daerah. Menurut hasil wawancara dengan salah satu pegawai Kantor Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun, Kepala Sub Bagian Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun September 2024
E-ISSN: 2686 - 1771

Keuangan, Penyusunan, dan Pelaporan, bahwa permasalahan yang dihadapi adalah:

- a. Kesadaran wajib pajak tentang pemenuhan kewajiban pajak relatif rendah. Hal ini, dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai pentingnya membayar pajak.
- b. Terbatasnya jumlah staf atau pegawai Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun dibandingkan dengan banyaknya jumlah wajib pajak daerah terutama pajak reklame, sehingga proses kegiatan penagihan dan pemungutan pajak menjadi kurang efektif.

Faktor yang dapat mendukung optimalisasi penerimaan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun antara lain: efisiensi dalam penagihan, kepatuhan wajib pajak, pengawasan yang ketat terhadap reklame ilegal, dan penggunaan teknologi dalam pemantauan dan penagihan pajak reklame.

Tingginya Mutasi Piutang Pajak Reklame

- a. Mutasi piutang pajak reklame merujuk pada perubahan atau pergerakan piutang pajak yang belum terbayar dalam periode tertentu. Tingginya mutasi tersebut menunjukkan bahwa terdapat banyak piutang yang belum tertagih.
- b. Beberapa faktor yang dapat menyebabkan tingginya mutasi piutang antara lain kurangnya penagihan yang efektif, wajib pajak yang tidak mampu membayar, atau adanya perselisihan terkait jumlah pajak yang harus dibayar. Adapun faktor lain diantaranya ialah sebagai berikut:
 - 1) Administrasi yang Tidak Efisien: Proses penagihan yang tidak teratur atau kurang sistematis dapat menyebabkan piutang menumpuk.
 - 2) Kurangnya Sumber Daya Manusia: Kurangnya tenaga kerja atau teknologi yang memadai untuk mendukung proses penagihan.
 - 3) Kesadaran Wajib Pajak yang Rendah: Wajib pajak mungkin kurang menyadari atau tidak mematuhi kewajiban pajak reklame.

Kualitas dan kompetensi Sumber Daya Manusia di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun sangat mempengaruhi pelaksanaan pemungutan pajak reklame. Akibatnya, untuk meningkatkan optimalisasi pemungutan pajak reklame secara keseluruhan diperlukan perbaikan yang lebih proaktif seperti lebih banyak himbauan dan pengawasan lapangan. Petugas yang berkompeten dan terlatih dapat menjalankan tugas pemungutan dengan lebih efektif, mulai dari identifikasi objek pajak, penilaian, hingga penagihan.

Pelatihan dan pengembangan profesional secara berkala perlu dilakukan untuk meningkatkan kapasitas petugas dalam menghadapi berbagai tantangan di lapangan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kemudian dapat ditarik beberapa kesimpulan. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, penulis telah menemukan cara terbaik terkait optimalisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun ialah sebagai berikut:

1. Pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun dilakukan melalui serangkaian prosedur yang mencakup identifikasi objek reklame, penetapan tarif, dan penagihan pajak. Proses ini berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku, akan tetapi masih sering dijumpai terkait kurang optimalnya proses pemungutan pajak reklame dalam kegiatan penagihan pajak. Hal tersebut yang mengindikasikan perlunya perbaikan lebih lanjut.
2. Proses pemungutan pajak reklame dihadapkan pada beberapa kendala utama. Pertama, kurangnya kesadaran diri dan kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban membayar pajak reklame. Kedua, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berdampak pada efektivitas operasional pemungutan pajak reklame di Kabupaten Madiun. Untuk mengatasi kendala tersebut dengan mengoptimalkan melalui pemanfaatan teknologi informasi, peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM), dan memperkuat kerjasama antar instansi terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Z. F. N., Isharijadi, & Astuti, E. (2022). Optimizing Origin Local Income in Implementing Infrastructure Development in The City of Madiun. *Social and Political Science Faculty*, 10(3), p.
- Astuti, A. (2020). Analysis of Effectiveness and Contribution of Advertisement Tax Collection on Original Regional Income. *JASA (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 4(3).
- Bahtiar, E., & Tambunan, S. (2020). *Pengaruh Pemahaman Fungsi Pajak dan Manfaat Pajak Terhadap Sikap Nasionalisme Serta Dampaknya Terhadap Niat Menjadi Wajib Pajak yang Patuh* (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP>

- Cindy. (2023). Polemik Pemungutan Pajak di Indonesia. *Indonesia Journal of Business Law*, 2(1), 38–46. <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i1.2030>
- Damayanti, Valianti, & Mursalin. (2021). *Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang*. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Dewanti, Y. R. (2021). Analisis Efektifitas dan Kontribusi Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2016-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 7(01).
- Dhalimunthe, A. A., Harahap, R. D., & Marlina. (2022). Analisis Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Restoran Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Subulussalam. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2.
- Dinastiti, F. E., Novitasari, & Wati, A. F. (2020). Urgensi Inklusi Pajak pada Mata Kuliah Umum di Perguruan Tinggi: Studi Kasus Persepsi dan Pemahaman Perpajakan Mahasiswa Universitas Tidar. *JPALG Journal of Public Administration and Local Governance*, 4(1), 65–80. <https://doi.org/10.31002/jpalg.v3i2.1981>
- Fatmawati, S., & Adi, S. W. (2022). Pengaruh Kesadaran Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Tingkat Pemahaman Pajak, Tingkat Pendapatan dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Empiris Pada SAMSAT Kota Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11.
- Hardianti, T., Alkautsar, M., & Syakinah, F. (2023). Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Garut. *Jurnal Wahana Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Garut*, 8.
- Herfina, M., & Syofia, W. (2022). Tinjauan atas Pelaksanaan Perhitungan, Pemungutan, dan Pelaporan Pajak Reklame Pada Badan Bendapatan Daerah Kota Padang. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 2.
- Hidayat, I., & Gunawan, S. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan. *M A N A Z H I M Jurnal Manajemen Dan Ilmu Pendidikan*, 4(1). <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/manazhim>
- Irianto, D. R., Baharata, A. W., Saputro, R., & Pratiwi, I. (2021). Optimalisasi Pemungutan Pajak Bumi dan Bangunan P2 di Wilayah Kecamatan Reban Kabupaten Batang. *RISTEK : Jurnal Riset, Inovasi Dan Teknologi Kabupaten Batang*, 5.

- Karno, R., & Ismail, M. (2021). *Pengaruh PPN dan PPH Terhadap Pendapatan Pajak Pusat*. www.pajak.go.id
- Larasati, D. C., & Dewiyanti, D. (2021). Strategi Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Reklame di Masa Pandemi COVID-19. *Reformasi*, 11.
- Martia, C. (2023). Optimalisasi Strategi Peningkatan Pemungutan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. In *Jurnal Produktivitas* (Issue 10). www.openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp
- Millah, S. A., Arobiah, D., Febriani, E. S., Ramdhani, E., & Apriyani. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 2023.
- Mustafa, S. P., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., Lestariningsing, N. D., Maslacha, H., Ardiyanto, D., Hutama, H. A., Boru, M. J., Fachrozi, I., Rodriquez, E. I. S., Prasetyo, T. B., Romadhana, S., Akbar, M., & Sa'diyah, S. S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga. *Insight Mediatama*. Mojokerto. Insight Mediatama.
- Ndiak, R. (2022). Analisis Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banggai. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 5.
- Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 66. (2020). *Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 66 Tahun 2020 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah*.
- Peraturan Bupati Madiun Nomor 5. (2021). *Peraturan Bupati Madiun Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame*. *Indonesia, Kabupaten Madiun*.
- Peraturan Daerah Kabupaten Madiun Nomor 1. (2024). *Peraturan Daerah Kabupaten Madiun Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah*. *Indonesia, Kabupaten Madiun*.
- Rianty, M., & Syahputera, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak. *BALANCE : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 13–25. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/balance>
- Rinaldi, M. R., & Singgih, R. P. (2023). Analisis Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Videotron Dalam Rangka Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah Wilayah Menteng Jakarta Pusat Tahun 2021. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 3.

- Rohman, A. (2020). Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(1), 1. www.publikasi.unitri.ac.id
- Saadah, M., Prasetyo, Y. C., & Rahmayati, G. T. (2022). Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Al-'Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 54-64.
- Saleh, M., Hasri, D. A., & Nurfaizah. (2023). Analisis Kinerja Pemungutan dan Strategi Optimalisasi Pajak Daerah di Kabupaten Sumbawa. *Seminar Nasional Manajemen Inovasi*, 6.
- Saranani, I. T., Hasnita, N., & Asraf. (2023). Hotel Tax Effectiveness Analysis and Taxes Advertising and Its Contribution to Increasing Regional Original Income (PAD). *Research of Economics and Business*, 1(1), 47–56. <https://doi.org/10.58777/reb.v1i1.30>
- Situmorang, D. M., & Wahyudi. (2023). *Dampak Pandemi COVID- 19 Terhadap Penerimaan Pajak di Indonesia*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1. (2022). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28. (2007). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Wachidah, E. N. El, & Andhaniwati, E. (2024). Pengaruh Kepuasan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1128–1139. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4202>
- Wicaksono, G. (2022). The Role of Advertising Tax Through Measuring Their Effectiveness, Growth and Contribution to Local Taxes in Lumajang Regency. In *Jurnal Mantik* (Vol. 6, Issue 1).
- Yunita, E., & Yuliandi. (2021). *Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor*. <http://www.djpk.kemenkeu.go.id>