

ANALISIS KEPATUHAN WAJIB PAJAK ATAS PEMBAYARAN PAJAK REKLAME DI PONOROGO

Winda Dwi Trisnasari¹⁾, Erma Wulan Sari²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

winda_2103103010@mhs.unipma.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

ermawulansari@unipma.ac.id

Abstrak

Pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan pajak daerah yang digunakan untuk mendukung pembangunan daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak reklame di Kabupaten Ponorogo tahun 2019-2023. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh dari Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Ponorogo melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Tingkat kepatuhan wajib pajak reklame tahun 2019-2023 menurun dikarenakan adanya tunggakan pembayaran pajak reklame. 2) Kendala yang timbul yaitu kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak, faktor ekonomi wajib pajak, dan kurangnya perhatian wajib pajak terkait penonaktifan perizinan. 3) Upaya yang dapat dilakukan yaitu melakukan sosialisasi mendalam terkait pajak reklame, memberikan denda tegas kepada wajib pajak yang tidak patuh, melakukan pembekuan dan pencabutan izin, serta memberikan kemudahan dalam pembayaran pajak reklame.

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak, Pembayaran Pajak, Pajak Reklame.

Abstract

Advertisement tax is one source of regional tax revenue which is used to support regional development. This study aims to determine the level of taxpayer compliance in paying advertising tax in Ponorogo Regency in 2019-2023. This research was conducted using primary and secondary data obtained from the Ponorogo Regency Regional Financial and Asset Management Revenue Agency through observation, interviews and documentation. This type of research is descriptive qualitative with a case study approach. The results of this research show that: 1) The level of compliance of advertising tax payers in 2019-2023 decreased due to arrears in advertising tax payments. 2) The obstacles that arise are the lack of awareness of taxpayers in paying taxes, the economic factors of taxpayers, and the lack of attention of taxpayers regarding the deactivation of permits. 3) Efforts that can be made are carrying out in-depth outreach regarding advertising tax, freezing and revoking permits, and making it easier to pay advertising tax.

Keywords: Taxpayer Compliance, Tax Payments, Advertisement Tax.

A. PENDAHULUAN

Pendapatan asli daerah (PAD) merupakan sumber penerimaan utama suatu daerah yang digunakan untuk membiayai pelaksanaan berbagai program pembangunan daerah (Rohman et al., 2020). Menurut Mahfudh et al. (2022) PAD adalah sumber pendapatan daerah yang berasal dari kegiatan ekonomi daerah itu sendiri. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa PAD merupakan tolak ukur kemandirian suatu daerah dalam membiayai seluruh pengeluaran daerah.

Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Timur, dimana beberapa tahun terakhir pemerintah terus menerus berupaya melakukan pembangunan dari segala sektor. Demi kelancaran proses pembangunan daerah Kabupaten Ponorogo, tentunya memerlukan pembiayaan yang cukup besar. Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Ponorogo terus berupaya untuk menggali seluruh potensi daerah yang dimiliki.

Menurut UU Nomor 28 Tahun 2009, Pajak Reklame merupakan pajak yang dikenakan dan dipungut atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan, Kustiyah & Suryani (2015) menyatakan bahwa pajak reklame merupakan satu pendapatan daerah yang cukup potensial sebagai sumber pembiayaan untuk menunjang penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah.

Reklame merupakan suatu benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan ragamnya ditujukan untuk komersial, digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, atau menguji suatu barang/jasa guna menarik perhatian umum agar dapat dilihat, dibaca, ataupun didengar suatu tempat kecuali dilaksanakan oleh pemerintah (Siahaan, 2010). Secara umum, reklame digunakan untuk mempromosikan suatu produk agar dikenal oleh masyarakat. Definisi reklame menurut pendapat Rizky et al. (2022) yaitu media pemasaran yang digunakan sebagai alat komunikasi antara pengusaha/pedagang dengan masyarakat setempat, sehingga penyelenggaraan reklame dilakukan diluar ruangan.

Pajak reklame dalam pemungutannya menggunakan sistem *Official Assessment*, dimana pelaksanaan pemungutan pajaknya memberikan wewenang penuh

kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak terutang yang harus dibayar oleh wajib pajak. Pemungutan pajak reklame tidak jauh dari permasalahan, salah satunya yaitu kurangnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar dan melapor pajak. Adanya ketidakpatuhan mengakibatkan banyak wajib pajak yang mengalami tunggakan pembayaran pajak. Oleh karena itu, adanya tunggakan pembayaran pajak setiap tahunnya tetap dihitung sebagai piutang sampai dengan wajib pajak tersebut menyampaikan laporan terkait penonaktifan izin pemasangan reklame.

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak reklame di Kabupaten Ponorogo. Selain itu, penelitian ini juga digunakan untuk mengetahui apa saja kendala dan upaya yang dilakukan oleh BPPKAD Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame.

2. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu untuk menambah ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai pajak daerah terutama pada sektor pajak reklame, sebagai referensi di bidang perpajakan oleh mahasiswa maupun akademisi dalam penulisan tugas akhir, dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi serta rekomendasi bagi instansi untuk menyelesaikan permasalahan terkait pajak reklame.

3. Kajian Teori

Kepatuhan Pajak

a. Pengertian Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak diartikan suatu keadaan dimana wajib pajak mampu memenuhi seluruh kewajiban perpajakan serta melaksanakan hak dalam perpajakannya (Agun et al., 2022). Kurniawan & Nugroho (2021) menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat diukur dari pemahamannya terkait peraturan perundang-undangan, mulai dari menghitung besarnya pajak terutang dengan benar, serta membayar dan melaporkan pajak tepat waktu.

b. Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Pajak

Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak menurut Farhah et al. (2021), antara lain:

1. Kualitas pelayanan

Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan kenyamanan wajib pajak, sehingga wajib pajak akan patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

2. Kondisi keuangan

Kondisi keuangan wajib pajak merupakan faktor internal yang mempengaruhi kepatuhan. Tingkat pendapatan dan kekayaan wajib pajak mencerminkan kemampuan wajib pajak tersebut dalam membayar pajak.

3. Sanksi perpajakan

Pemerintah harus bersikap tegas dalam memberlakukan sanksi perpajakan guna untuk membuat jera wajib pajak agar patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

c. Kriteria Kepatuhan Pajak

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007 terdapat 3 kriteria kepatuhan pajak, yaitu:

1. Menyampaikan surat pemberitahuan dengan tepat waktu dalam 3 (tiga) tahun terakhir
2. Tidak memiliki tunggakan pajak, kecuali tunggakan yang diperbolehkan untuk diangsur pembayarannya.
3. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana dalam hal perpajakan berdasarkan putusan pengadilan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

d. Cara Menganalisis Kepatuhan Pajak

Analisis kepatuhan adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengetahui besarnya tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Analisis kepatuhan berdasarkan ketentuan Direktorat Jenderal Pajak nomor KEP-389/PJ/2020 yaitu dengan menggunakan rumus perbandingan sebagai berikut:

$$\text{Kepatuhan Wajib Pajak} = \frac{\text{Jumlah Wajib Pajak membayar}}{\text{Jumlah Wajib Pajak terdaftar}} \times 100\%$$

Dari rumus perbandingan tersebut, maka akan menghasilkan suatu presentase yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepatuhan wajib pajak.

Pajak

Pajak adalah salah satu sumber pendapatan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran negara, baik pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan (Suandy, 2017). Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 pasal 1 ayat 1, Pajak merupakan kontribusi wajib oleh orang pribadi ataupun badan kepada negara yang terutang, bersifat memaksa dan tidak mendapatkan imbalan secara langsung serta digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak Daerah

Definisi Pajak Daerah dalam Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 Pasal 1 ayat 10 merupakan kontribusi wajib orang pribadi maupun badan yang bersifat memaksa, tidak mendapat imbalan secara langsung digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak daerah menurut Siahaan (2010) yaitu iuran wajib oleh orang pribadi maupun badan kepada pemerintah daerah bersifat memaksa berdasarkan undang-undang tanpa memperoleh imbalan langsung untuk membiayai pembangunan serta penyelenggaraan pemerintah daerah guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pajak Reklame

Menurut UU Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 & 27, Pajak Reklame adalah iuran yang wajib dibayarkan atas penyelenggaraan reklame. Pajak Reklame menurut Indrihastuti & Amaniyah (2020) adalah salah satu pajak yang wajib disetor kepada pemerintah daerah guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), baik reklame yang melalui media online maupun offline. Hanis & Saputra (2019) menyatakan bahwa pajak reklame dikenakan kepada pengguna reklame karena digunakan untuk mempromosikan barang, jasa ataupun orang kepada masyarakat

umum melalui tempat tertentu, baik yang diatur oleh pemerintah maupun pemerintah daerah.

Objek pajak reklame adalah seluruh penyelenggaraan reklame meliputi reklame permanen maupun reklame insidentil. Bukan objek pajak reklame yaitu reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah, reklame melalui televisi, radio, dan sejenisnya, nama pengenal usaha yang dipasang ditempat usaha yang ukurannya tidak melebihi $0,50 \text{ m}^2$, serta reklame yang diselenggarakan untuk keperluan nirlaba.

Dasar pengenaan pajak reklame yaitu dilihat dari nilai sewa reklame (NSR) berdasarkan jenis bahan, lokasi pemasangan, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran reklame. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 10 Tahun 2020 Pasal 45 tarif pajak reklame yang ditetapkan sebesar 25%.

Peneliti Terdahulu

Larasati & Dewiyanti (2021), Strategi Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Reklame Di Masa Pandemi Covid-19, Hasil penelitian menyimpulkan bahwa permasalahan utama yaitu rendahnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak reklame. Pemerintah daerah menerapkan program *sunset policy* untuk penghapusan sanksi denda administratif keterlambatan.

Rohman et al. (2020), Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang, Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Wajib pajak menolak adanya perubahan pada sistem media reklame yang biayanya relatif mahal.

B. METODE

Jenis Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus (*cases study*), dimana Abdussamad (2021) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang terjadi langsung di lapangan dan bersifat alamiah. Metode penelitian deskriptif kualitatif ini sangatlah tepat digunakan untuk

mengetahui suatu fenomena di suatu tempat dalam waktu tertentu. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menggambarkan bagaimana realisasi kepatuhan wajib pajak reklame dalam melakukan pembayaran pajak reklame.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu melakukan pemeriksaan terhadap kepatuhan wajib pajak terkait pembayaran pajak reklame di Kabupaten Ponorogo. Pemeriksaan tersebut meliputi rekapitulasi data wajib pajak terdaftar, data wajib pajak membayar dan data wajib pajak yang memiliki tunggakan.

Sumber Data

Nasution (2023) menyatakan bahwa data primer adalah data utama yang diperoleh dari subjek penelitian secara langsung di lapangan berupa data-data objektif dan reliabel. Data diperoleh dan dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pihak staf yang menangani pajak reklame untuk memperoleh informasi secara detail dan valid terkait pajak reklame.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari subjek penelitian atau sumber utama yang digunakan untuk penelitian yang bersifat sebagai pelengkap. Sumber data penelitian ini berupa dokumen-dokumen mengenai rekapitulasi penerimaan PAD Kabupaten Ponorogo, bukti penerimaan pajak reklame, bukti rekapitulasi data wajib pajak reklame dan bukti data tunggakan wajib pajak.

Teknik Analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini adalah membandingkan kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak reklame dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Berikut tahapan analisis data menurut Sugiyono (2019) sebagai berikut:

a. Reduksi data

Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan data dan informasi terkait penerimaan asli daerah, penerimaan pajak reklame, serta jumlah wajib pajak reklame Kabupaten Ponorogo tahun 2019 sampai dengan tahun 2023. Dari data tersebut selanjutnya dianalisis mulai dari penerimaan pajak reklame hingga kepatuhan pembayaran wajib pajak reklame.

b. Penyajian data

Pada tahap penyajian data ini, peneliti melakukan pemeriksaan kembali hasil analisis yang telah dilakukan dan disesuaikan dengan peraturan perpajakan. Dalam menganalisis kepatuhan wajib pajak, peneliti menggunakan rumus perbandingan kepatuhan pajak.

c. Menarik kesimpulan dan saran

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Atas Pembayaran Pajak Reklame

Kepatuhan wajib pajak reklame dalam melakukan pembayaran dapat memengaruhi jumlah realisasi penerimaannya. Tingkat kepatuhan wajib pajak yang tinggi dapat membantu tercapainya target penerimaan yang ditentukan oleh pemerintah. Sebaliknya, adanya penurunan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame dapat mengakibatkan penurunan penerimaan pajak reklame. Berikut ini merupakan data Target dan Realisasi penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Ponorogo mulai dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 yaitu:

**Tabel 1. Data Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Ponorogo
Tahun 2019-2023**

Tahun	Target	Realisasi
2019	1.050.000.000	1.075.753.148
2020	1.194.300.000	1.237.755.753
2021	1.334.000.000	1.253.946.562
2022	1.175.000.000	1.234.998.498
2023	1.130.000.000	1.304.638.548

Sumber: (data diperoleh dari BPPKAD Kabupaten Ponorogo, 2024)

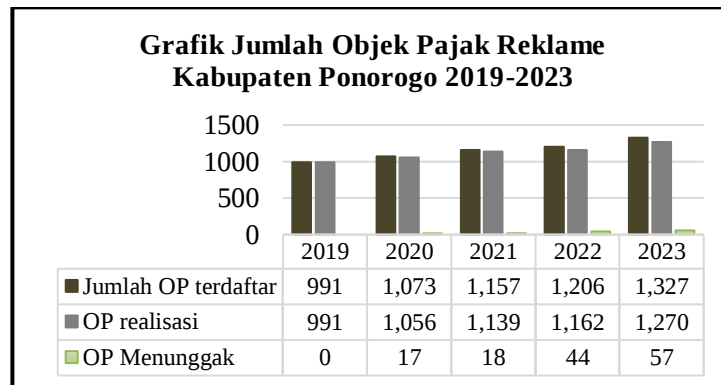
Dari tabel 4.1 diatas, diketahui bahwa besarnya target yang akan dicapai oleh BPPKAD Kabupaten Ponorogo pada tahun 2022 dan 2023 mengalami penurunan. Dapat dilihat pada realisasi penerimaan pajak reklame di tahun 2021 mengalami penurunan atau tidak mencapai target yang diharapkan. Dalam hal ini untuk mengetahui tingkat ketercapaian penerimaan pajak reklame dari target tahun 2019-2023 dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tingkat ketercapaian} = \frac{\text{Realisasi pajak reklame}}{\text{Target pajak reklame}} \times 100\%$$

1. Tahun 2019 = $\frac{1.075.753.148}{1.050.000.000} \times 100\% = 102,45\%$
2. Tahun 2020 = $\frac{1.237.755.753}{1.194.300.000} \times 100\% = 103,64\%$
3. Tahun 2021 = $\frac{1.253.946.562}{1.334.000.000} \times 100\% = 93,99\%$
4. Tahun 2022 = $\frac{1.234.998.498}{1.175.000.000} \times 100\% = 105,10\%$
5. Tahun 2023 = $\frac{1.304.638.548}{1.130.000.000} \times 100\% = 115,45\%$

Berdasarkan perhitungan diatas, diketahui target dan realisasi pajak reklame di Kabupaten Ponorogo mulai dari tahun 2019-2023 mengalami fluktuatif. Pada tahun 2020, realisasi penerimaan pajak reklame melebihi target pencapaian dengan mengalami kenaikan sebesar 1,19% dilihat dari presentase penerimaan tahun 2019 sebesar 102,45% dan tahun 2020 sebesar 103,64%. Selanjutnya pada tahun 2021 realisasi penerimaan pajak reklame tidak mencapai target karena mengalami penurunan sebesar 9,64% dilihat dari target sebesar Rp 1.334.000.000 dan terealisasi sebesar Rp 1.253.946.562.

Pada tahun 2022, realisasi penerimaan melebihi target karena mengalami kenaikan sebesar 11,11% dilihat dari presentase penerimaan pajak reklame tahun 2021 sebesar 93,99% dan tahun 2022 sebesar 105,10%. Pada tahun 2023, mengalami kenaikan sebesar 10,35% dari presentase penerimaan tahun 2022 sebesar 105,10% dan tahun 2023 sebesar 115,45%. Dari hasil analisis diatas, adanya penurunan realisasi di tahun 2021 dilatarbelakangi oleh adanya fase “New Normal” setelah adanya pandemi Covid-19, sehingga wajib pajak masih beradaptasi dalam melakukan pemulihan ekonomi. Selain itu, terdapat beberapa wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakannya sehingga menyebabkan wajib pajak mempunyai tunggakan dalam melakukan pembayaran pajak reklame. Berikut disajikan data jumlah objek pajak reklame di Kabupaten Ponorogo:



Sumber: (diolah peneliti, 2024)

Gambar 1. Grafik Jumlah Objek Pajak Reklame

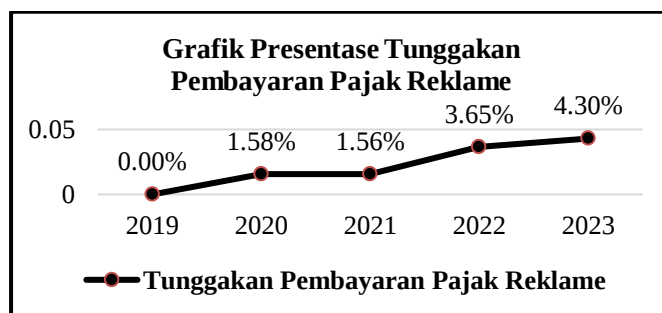
Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat dari jumlah objek pajak di Kabupaten Ponorogo, wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak reklame setiap tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah objek pajak tersebut juga tidak jauh dari kelalaian wajib pajak yang tidak patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sehingga mengakibatkan adanya tunggakan pajak. Besarnya tunggakan pajak setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan menghitung presentasi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Wajib Pajak Menunggak} = \frac{\text{Jumlah Objek Pajak menunggak}}{\text{Jumlah Objek Pajak terdaftar}} \times 100\%$$

1. Tahun 2019 = $\frac{0}{991} \times 100\% = 0\%$
2. Tahun 2020 = $\frac{17}{1.073} \times 100\% = 1,58\%$
3. Tahun 2021 = $\frac{18}{1.157} \times 100\% = 1,56\%$
4. Tahun 2022 = $\frac{44}{1.206} \times 100\% = 3,65\%$
5. Tahun 2023 = $\frac{57}{1.327} \times 100\% = 4,30\%$

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa besarnya presentase tunggakan pembayaran pajak reklame setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat dari perhitungan di tahun 2019, bahwa tidak ada wajib pajak yang memiliki tunggakan pajak. Namun mulai dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2023 besarnya

presentase tunggakan pembayaran pajak terus mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil presentase diatas, peneliti akan sajikan ke dalam grafik sebagai berikut:



Sumber: (diolah peneliti, 2024)

Gambar 2. Grafik Presentase Objek Pajak Menunggak

Berdasarkan grafik diatas, diketahui bahwa tunggakan pembayaran pajak reklame terus mengalami peningkatan sehingga perlu adanya perhitungan untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajaknya. Dalam menghitung tingkat kepatuhan wajib pajak reklame, maka perlu adanya analisis untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak reklame di Kabupaten Ponorogo. Berikut ini merupakan analisis untuk mengetahui presentase tingkat kepatuhan wajib pajak reklame di Kabupaten Ponorogo:

1. Tahun 2019 = $\frac{991}{991} \times 100\% = 100\%$
2. Tahun 2020 = $\frac{1.056}{1.073} \times 100\% = 98,42\%$
3. Tahun 2021 = $\frac{1.139}{1.157} \times 100\% = 98,44\%$
4. Tahun 2022 = $\frac{1.162}{1.206} \times 100\% = 96,35\%$
5. Tahun 2023 = $\frac{1.270}{1.327} \times 100\% = 95,70\%$

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak di Kabupaten Ponorogo setiap tahunnya mengalami penurunan. Berikut adalah tabel tingkat kepatuhan wajib pajak reklame Kabupaten Ponorogo dalam melakukan pembayaran pajak reklame tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Tahun	OP terdaftar	OP terealisasi	OP menunggak	Tingkat Kepatuhan (%)	Kriteria Kepatuhan
2019	991	991	0	100%	Patuh
2020	1.073	1.056	17	98,42%	Patuh
2021	1.157	1.139	18	98,44%	Patuh
2022	1.206	1.162	44	96,35%	Patuh
2023	1.327	1.270	57	95,70%	Patuh

Sumber: (diolah peneliti, 2024)

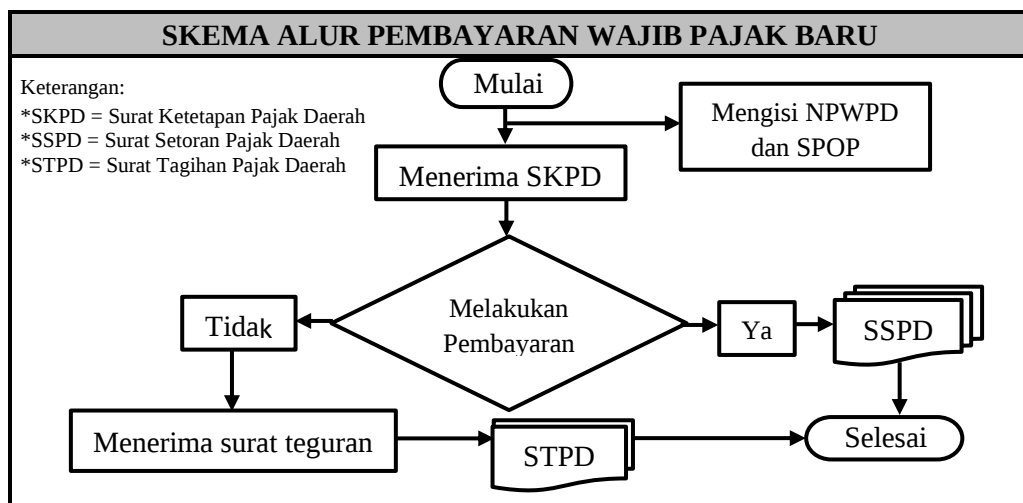
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak reklame di Kabupaten Ponorogo pada tahun 2019-2023 menunjukkan patuh namun setiap tahunnya mengalami penurunan nilai presentase kepatuhan. Penurunan tersebut didasari karena adanya wajib pajak yang memiliki tunggakan pembayaran.

D. PEMBAHASAN

Pembayaran Pajak Reklame

Dalam melakukan pembayaran pajak reklame di Kabupaten Ponorogo, terdapat 2 macam skema alur pembayaran pajak yaitu skema alur saat orang pribadi atau badan tersebut baru mendaftar sebagai wajib pajak reklame dan skema alur saat sudah menjadi wajib pajak reklame. Berikut ini merupakan skema alur pembayaran pajak reklame:

Skema Alur Pembayaran bagi Wajib Pajak Baru Terdaftar

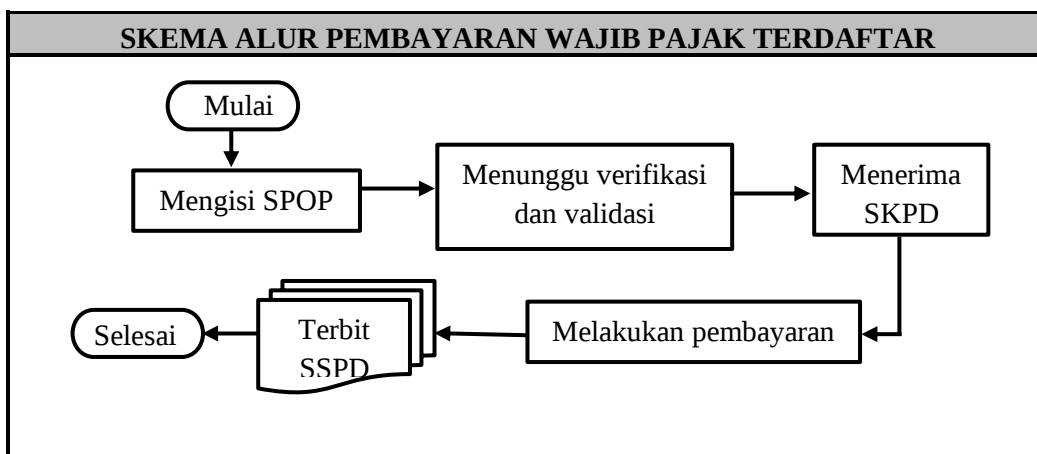


Sumber: BPPKAD Kabupaten Ponorogo (diolah peneliti, 2024)

Gambar 3. Skema Alur Pembayaran Wajib Pajak Baru

Skema Alur Pembayaran Pajak bagi Wajib Pajak Terdaftar

Berikut ini merupakan skema alur pembayaran pajak reklame bagi wajib pajak yang sudah terdaftar



Sumber: BPPKAD Kabupaten Ponorogo (diolah peneliti, 2024)

Gambar 4. Skema Alur Pembayaran Wajib Pajak Terdaftar

Berdasarkan skema alur diatas, wajib pajak yang sudah terdaftar tidak perlu mengisi formulir pendaftaran kembali, tetapi wajib pajak hanya mengisi formulir pelaporan atas objek pajaknya yang sudah terdaftar melalui surat pemberitahuan objek pajak (SPOP). SPOP yang telah tervalidasi oleh staf pajak selanjutnya akan diterbitkan SKPD atas pajak reklame yang terutang.

Kendala dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame

Dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame tentunya tidak jauh dari berbagai permasalahan. Berikut ini merupakan beberapa kendala yang sering dihadapi oleh Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPPKAD) Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame, diantaranya yaitu kurangnya kesadaran wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak reklame, faktor ekonomi dan pendapatan wajib pajak, dan kurangnya perhatian wajib pajak terhadap pemasangan reklame yang sudah tidak aktif.

Berdasarkan kendala-kendala diatas, maka tentu sudah menjadi suatu permasalahan yang perlu ditangani. Dalam menangani kendala tersebut perlu adanya upaya yang harus dilakukan oleh pemerintah untuk mempertahankan tingkat kepatuhan

wajib pajak guna mencapai kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame, yaitu:

- a. Memberikan pemahaman dengan melakukan sosialisasi kepada wajib pajak reklame.
- b. Menerapkan sanksi berupa denda dengan tegas bagi wajib pajak yang tidak tepat waktu membayar pajak reklame.
- c. Melakukan penertiban objek pajak reklame.
- d. Melakukan pembekuan dan pencabutan surat izin penyelenggaraan reklame.
- e. Melakukan digitalisasi pembayaran untuk memberikan kemudahan wajib pajak.

E. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Ponorogo tahun 2019-2023 sudah melebihi dari target yang telah direncanakan. Hal ini merupakan suatu pencapaian kinerja yang baik oleh BPPKAD Kabupaten Ponorogo. Namun disisi lain, masih terdapat wajib pajak yang menunggak sehingga perlu adanya peningkatan dalam sistem pemungutan pajak. Dalam penelitian ini tingkat kepatuhan wajib pajak masih dikatakan dalam kategori patuh. Akan tetapi, adanya wajib pajak yang menunggak mengakibatkan penurunan pada tingkat kepatuhan wajib pajaknya.

F. SARAN

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melaksanakan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas dan secara detail serta mengikuti peraturan-peraturan terbaru sehingga dapat memperbaiki kekurangan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif (P. Rapanna, Ed.; Cetakan I). CV. Syakir Media Press.
- Agun, W. A. N. U., Datrini, L. K., & Amlayasa, A. A. B. (2022). Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Orang Pribadi. *Jurnal Lingkungan & Pembangunan*, 6(1). <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wicaksana>
- Farhah, S., Pahala, I., & Muliasari, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(3), 537–557.

- Hanis, R., & Saputra, U. (2019). Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi*, 27(1). <http://je.ejournal.unri.ac.id/>
- Indrihastuti, P., & Amaniyah, M. (2020). Peran Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang. *Jurnal OPTIMA*, 4(1).
- Kurniawan, D., & Nugroho, V. (2021). Kepatuhan Wajib Pajak: Pelayanan Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Dan Ketegasan Sanksi Pajak. *Jurnal Multiparadigma Akuntan*, III(3).
- Kustiyah, E., & Suryani. (2015). Efektifitas Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Surakarta. *Jurnal Paradigma*, 12(02), 221.
- Keputusan Direktorat Jenderal Pajak Nomor KEP-389 PJ 2020 *Tentang Rencana Strategis Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2020-2024*. (n.d.).
- Larasati, D. C., & Dewiyanti, D. (2021). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Reklame Di Masa Pandemi Covid-19. *REFORMASI*, 11(2), 154–159. <https://doi.org/10.33366/rfr.v%vi%i.2456>
- Mahfudh, Saleh, H., & Yusuf Saleh, M. (2022). Analisis Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (M. Ruslan & S. Suriani, Eds.). Pusaka Almailda.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina, Ed.; Cetakan pertama). CV. Harfa Creative.
- Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 10 Tahun 2020. (n.d.).
- Rizky, M. I., Waluyo, & Ulfatun Najicha, F. (2022). Pelaksanaan Pengawasan Penyelenggaraan Reklame di Kota Semarang oleh Dinas Penataan Ruang Kota Semarang terhadap Lingkungan. *Jurnal Discretie: Jurnal Bagian Hukum Administrasi Negara*, 3(2), 110. <https://doi.org/10.21474/IJAR01/10424>
- Rohman, A., Hendrawan, V. E. F., & Rusmiwari, S. (2020). Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(1), 4–6. www.publikasi.unitri.ac.id
- Siahaan, M. P. (2010). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Revisi)*. RAJAWALI PERS.
- Suandy, E. (2017). *Perencanaan Perpajakan: Vol. 208 halaman* (Edisi 6). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; Cetakan Ke-1). ALFABETA.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, Pub. L. No. 28 (2009).