

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Konsep Dasar Perpajakan

###### a. Pengertian Pajak

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menyatakan bahwa:

“Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”

Menurut Wachidah & Andhaniwati, (2024) pajak merupakan sektor yang sangat memengaruhi penerimaan negara. Pajak memiliki fungsi *budgetair*, yang berarti bahwa pajak digunakan sebagai sumber penghasilan negara yang kemudian digunakan untuk membiayai pengeluaran negara seperti pembangunan negara dan pelayanan publik.

Pajak merupakan sumber pemasukan negara yang memiliki kemampuan besar untuk mendukung program kerja pemerintah dalam melaksanakan transformasi untuk mendukung tujuan pemerintah (Hidayat & Gunawan, 2022).

Menurut Dinastiti et al., (2020) pajak merupakan salah satu penerimaan terbesar bagi negara yang digunakan untuk

membiyai pengeluaran negara demi kesejahteraan rakyat. Namun, masyarakat Indonesia, termasuk generasi muda, memiliki pandangan yang berbeda tentang perpajakan, sehingga target penerimaan pajak oleh pemerintah belum tercapai dengan baik.

Berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, pajak merupakan suatu bentuk kewajiban yang harus dipenuhi oleh wajib pajak pribadi maupun badan. Sedangkan penerimaan pajak adalah penghasilan yang diperoleh oleh pemerintah yang bersumber dari pajak yang diberikan oleh wajib pajak.

#### b. Fungsi Pajak

Pemahaman fungsi pajak berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat akan pembayaran pajak berdampak pada kemajuan dan perkembangan negara, kesadaran masyarakat akan kehidupan bernegara terkait dengan kesadaran masyarakat akan pembayaran pajak (Bahtiar & Tambunan, 2020). Di sisi lain menurut Cindy, (2023) menjelaskan bahwa, pajak berperan penting dalam kehidupan bernegara karena merupakan sumber pembangunan negara, dan memiliki fungsi, seperti berikut:

##### 1. Fungsi Penerimaan (*Budgetair*)

Anggaran berfungsi sebagai alat untuk membiayai pengeluaran negara dan merupakan fungsi utama pajak karena pajak merupakan sumber pembiayaan negara yang terbesar.

##### 2. Fungsi Mengatur (*Regulated*)

Berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan. Sebagai contoh, pemerintah dapat menetapkan pajak impor atau bea masuk untuk barang atau hasil impor untuk melindungi produk lokal.

### 3. Fungsi Stabilitas

Fungsi stabilitas adalah untuk menjaga keseimbangan perekonomian. Sebagai contoh yaitu untuk menjaga nilai tukar rupiah agar stabil, dengan demikian pemerintah menetapkan kebijakan untuk PPnBM terhadap produk yang mewah.

### 4. Fungsi Redistribusi Pendapatan

Fungsi redistribusi pendapatan adalah untuk membiayai pembangunan dalam kepentingan umum.

## c. Sistem Pemungutan Pajak

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah menyatakan bahwa:

“Pemungutan adalah satu rangkaian kegiatan mulai dari perhimpunan data obyek dan subyek pajak atau retribusi, penentuan besarnya pajak yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak kepada wajib pajak atau wajib pajak retribusi serta pengawasan penyeterannya.”

Menurut Cindy, (2023) Pemungutan pajak adalah serangkaian tindakan yang dilakukan, mulai dari menentukan subjek dan objek pajak, besaran pajak, hingga penagihan pajak kepada wajib pajak. Terdapat beberapa sistem pemungutan pajak di Indonesia yaitu sebagai berikut:

### 1. *Self-Assessment System*

Dalam sistem pemungutan pajak ini, negara memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, dan menentukan sendiri jumlah pajak yang harus dibayar menurut ketentuan perpajakan. Dalam sistem ini, wajib pajak bertindak aktif, sedangkan pemerintah yang berfungsi sebagai pemungut pajak bertindak pasif.

### 2. *Official-Assessment System*

Sistem pemungutan pajak ini akan ditentukan oleh *fiscus* berapa besaran yang perlu dibayar oleh wajib pajak berdasarkan data yang disampaikan oleh wajib pajak atau ditemukan oleh *fiscus* itu sendiri. wajib pajak dalam sistem ini bersifat pasif, berbanding terbalik dari *self-assessment system*, sedangkan *fiscus* berperan aktif.

### 3. *Withholding System*

Dengan sistem pemungutan pajak ini, negara mempercayai pihak ketiga untuk memungut atau memotong pajak dari keuntungan wajib pajak. Dalam sistem ini, tanggung jawab wajib pajak dan *fiscus* bersifat pasif.

## d. Jenis-Jenis Pajak

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 bahwa, penggolongan pajak berdasarkan Lembaga pemungutannya di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu Pajak Pusat dan Pajak Daerah.

#### 1. Pajak Pusat

Pajak pusat adalah pajak yang dipungut dan dikelola oleh pemerintah pusat. Pajak pusat, yang sebagian besar dikelola oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP), digunakan untuk membiayai pengeluaran dasar negara dan proyek pembangunan yang tercakup dalam APBN. Pajak pusat adalah pajak yang ditetapkan oleh pemerintah pusat melalui undang-undang, dengan wewenang pemungutan. Hasilnya digunakan untuk membiayai pemerintah pusat dan pembangunan (Karno & Ismail, 2021).

Menurut (Situmorang & Wahyudi, 2023) bahwa, jenis pajak pusat sampai saat ini yang masih berlaku diantaranya ialah Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan Perkebunan, Perhutanan, Pertambangan (PBB P3), dan Bea Meterai.

#### 2. Pajak Daerah

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah menjelaskan bahwa:

“Pajak Daerah yang selanjutnya disebut Pajak adalah Kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”

## **2. Pajak Daerah**

### **a. Pengertian Pajak Pajak Daerah**

Menurut Dhalimunthe et al., (2022) Pajak daerah ialah iuran wajib kepada daerah yang dilakukan oleh individu atau organisasi tertentu tanpa hasil langsung yang sebanding, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk mengatur pembangunan daerah.

Pajak daerah juga merupakan pajak asli daerah dan pajak negara yang dibayarkan kepada daerah di wilayah kekuasaannya. Dimana, berguna bagi daerah untuk membiayai pengeluaran daerah yang berkaitan dengan tugas dan kewajibannya sebagai warga negara Negara Kesatuan Republik Indonesia dan mengelola rumah tangganya sendiri sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

### **b. Jenis-Jenis Pajak Daerah**

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 bahwa, jenis pajak daerah yang dipungut antara lain:

1) Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Provinsi terdiri atas:

a. PKB

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah pajak atas kepemilikan dan atau serta penggunaannya.

b. BBNKB

Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB) adalah pajak yang atas penyerahan hak milik kendaraan bermotor sebagai akibat dari perjanjian dua pihak atau terjadi karena jual beli, tukar menukar, hibah, warisan atau pemasukan ke dalam badan usaha.

c. PAB

Pajak Alat Berat (PAB) adalah pajak atas kepemilikan dan atau penguasaan alat berat.

d. PBBKB

Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB) adalah pajak atas penggunaan bahan bakar kendaraan bermotor dan alat berat.

e. PAP

Pajak Air Permukaan (PAP) adalah pajak atas pengambilan dan atau pemanfaatan air permukaan.

f. Pajak Rokok

Pajak Rokok adalah pungutan atas cukai rokok yang dipungut oleh pemerintah.

g. Oopen Pajak MBLB

Ospen Pajak MBLB adalah pungutan tambahan pajak menurut persentase tertentu yang dikenakan oleh provinsi atas pokok Pajak MBLB sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2) Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Kabupaten/Kota terdiri atas:

a. PBB-P2

Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) adalah pajak atas bumi dan atau bangunan yang dimiliki, dikuasi, dan atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau badan.

b. BPHTB

Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) adalah pajak atas perolehan hak atas tanah dan atau bangunan.

c. PBJT

Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT) adalah pajak yang dibayarkan oleh konsumen akhir atas konsumsi barang dan atau jasa tertentu.

d. Pajak Reklame

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.

e. PAT

Pajak Air Tanah (PAT) adalah pajak atas pengambilan dan atau pemanfaatan air tanah.

f. Pajak MBLB

Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan (MBLB) adalah pajak atas kegiatan pengambilan mineral bukan logam dan batuan dari sumber alam di dalam dan atau di permukaan bumi untuk dimanfaatkan.

g. Pajak Sarang Burung Walet

Pajak Sarang Burung Walet adalah pajak atas kegiatan pengambilan dan atau pengusaha sarang burung walet.

h. Opsen PKB

Ospen PKB adalah pungutan tambahan pajak menurut persentase tertentu yang dikenakan oleh kabupaten/kota atas pokok PKB sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

i. Opsen BBNKB

Ospen BBNKB adalah pungutan tambahan pajak menurut persentase tertentu yang dikenakan oleh kabupaten/kota atas pokok BBNKB sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### 3. Pajak Reklame

#### a. Pengertian Pajak Reklame

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 menyatakan bahwa:

“Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu.”

Pajak Reklame merupakan salah satu jenis pajak yang ada di Indonesia, yang kewenangannya berada pada pemerintah daerah yang meliputi pada pemerintah kabupaten/kota. Sebagai bagian dari pajak daerah, pajak reklame diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak daerah dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah (Wicaksono, 2022).

#### b. Dasar Hukum Pajak Reklame

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

- 1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- 2) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- 3) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.

- 4) Peraturan Daerah Kabupaten Madiun Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- 5) Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 5 Tahun 2021 tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame.
- 6) Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 66 Tahun 2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah.
- 7) Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 40 Tahun 2020 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame.

c. Penetapan Pemungutan Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 66 Tahun 2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah menyatakan, jenis pajak yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah antara lain sebagai berikut:

- 1) Badan menetapkan pajak terutang menggunakan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD).
- 2) Badan secara jabatan dapat menerbitkan SKPD berdasarkan data yang diperoleh atau dimiliki oleh Daerah dalam hal wajib pajak tidak melakukan pendaftaran NPWPD bagi jenis pajak reklame.
- 3) Wajib pajak dapat melaporkan secara mandiri kondisi obyek pajak pada masa/tahun berikutnya dengan menggunakan Surat Pendaftaran Objek Pajak Daerah (SPOPD).

- 4) Dalam hal wajib pajak tidak melaporkan kondisi objek pajak pada masa/tahun berikutnya, maka Badan melakukan pendataan terhadap objek pajak sebelum melakukan penetapan pajak terutang.
- 5) Hasil pendataan terhadap objek pajak sebelum melakukan penetapan pajak terutang dituangkan dalam Laporan Hasil Pemeriksaan Objek Pajak (LHPOP) yang memuat paling sedikit tentang dasar pengenaan pajak dan jumlah pajak yang seharusnya terutang.

d. Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Madiun Nomor 1 Tahun 2024 menjelaskan terkait objek dan bukan objek pajak reklame diantara ialah sebagai berikut:

1) Objek Pajak Reklame

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame. Objek pajak reklame yang termasuk dari semua penyelenggara reklame meliputi:

a) Reklame papan/*billboard*

Reklame papan/*billboard* yaitu reklame yang terbuat dari papan kayu, *calil brete*, *vinyle* termasuk seng atau bahan lain yang sejenis dipasang atau digantungkan atau dipasang pada bangunan, halaman di atas bangunan.

b) Reklame *videotron/ megatron*

Reklame *videotron/ megatron/Large Elektronik Display (LED)* yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau berwarna yang dapat berubah-ubah terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.

c) Reklame kain

Reklame kain yaitu reklame yang diselenggarakan berupa gambar, lukisan dan atau tulisan dengan menggunakan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lainnya yang sejenis dengan itu dan dipasang dengan cara digantungkan horizontal/vertikal dengan menggunakan tali pengikat atau memakai tiang besi atau bambu.

d) Reklame melekat/stiker

Reklame melekat/stiker yaitu reklame yang diselenggarakan berupa gambar, lukisan dan atau tulisan berbentuk lembaran lepas disablon atau dicetak, dengan cara disebarkan, ditempelkan, diletakkan, dipasang atau digantungkan pada suatu benda.

e) Reklame selebaran

Reklame selebaran yaitu reklame yang terbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan tidak untuk ditempelkan,

diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.

f) Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan

Reklame berjalan/kendaraan yaitu reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan bermotor berupa gambar, lukisan, dan atau tulisan.

g) Reklame udara

Reklame udara yaitu reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat udara atau alat lain yang sejenisnya.

h) Reklame apung

Reklame apung yaitu reklame yang diselenggarakan berupa gambar, lukisan, dan atau tulisan dengan cara disebarakan atau dipasang pada suatu alat/benda yang diletakkan di atas permukaan air.

i) Reklame film/*slide*

Reklame film/*slide* yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film atau bahan-bahan yang sejenisnya sebagai alat untuk diproyeksikan dan dipancarkan pada layar atau benda lain di dalam ruangan.

j) Reklame peragaan

Reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

2) Objek Pajak Reklame yang dikecualikan adalah:

- a) Penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, wartaharian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
- b) Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- c) Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan dan/atau di dalam area tempat usaha atau profesi yang jenis, ukuran, bentuk, dan bahan Reklamanya diatur dalam Peraturan Bupati dengan berpedoman pada ketentuan yang mengatur tentang nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
- d) Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah; dan
- e) Reklame yang diselenggarakan dalam rangka kegiatan politik, sosial, dan keagamaan yang tidak disertai dengan iklan komersial.
- f) Reklame yang diselenggarakan dalam rangka kegiatan Pilkades.

e. Subjek dan Wajib Pajak Reklame

- 1) Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan Reklame.
- 2) Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan Reklame.

f. Tarif Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Madiun Nomor 1 Tahun 2024 menyatakan bahwa, tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen).

g. Saat Terutang Pajak dan Asas Pemungutan Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Madiun Nomor 1 Tahun 2024 menyatakan bahwa:

- 1) Besaran pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan dasar pengenaan Pajak Reklame dengan tarif Pajak Reklame.
- 2) Saat terutang Pajak Reklame ditetapkan pada saat terjadinya penyelenggaraan reklame.
- 3) Wilayah pemungutan Pajak Reklame yang terutang merupakan wilayah Daerah tempat penyelenggaraan reklame.
- 4) Khusus untuk reklame berjalan, wilayah pemungutan Pajak Reklame yang terutang adalah wilayah Daerah tempat usaha penyelenggara reklame terdaftar.

#### h. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 5 Tahun 2021 menyatakan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR). NSR yaitu nilai yang digunakan untuk menentukan besarnya pajak reklame.
- 2) Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.
- 3) Untuk reklame diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.
- 4) NSR diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{NSR} = \text{HSJOP} \times \text{L} \times \text{J} \times \text{ILS}$$

(Sumber: Peraturan Bupati Nomor 5 Tahun 2021)

dimana,

NSR : Nilai Sewa Reklame

HSJOP : Harga Satuan Jenis Obyek Pajak

L : Luas fisik obyek

J : Jumlah reklame

ILS : Indeks Lokasi Strategi

- 5) Apabila NSR diselenggarakan oleh pihak ketiga tidak diketahui dan/dianggap tidak wajar atau dibawah nilai perhitungan, Nilai

Sewa Reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.

- 6) Dalam hal NSR ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame, maka pihak penyelenggara reklame harus mengisi Surat Pernyataan Nilai Sewa Reklame.

i. Perhitungan Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Bupati Kabupaten Madiun Nomor 5 Tahun 2021 menyatakan bahwa, besaran pokok pajak reklame yang dihitung dengan cara mengalikan tarif dan dasar pengenaan pajak, dengan rumus 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)*

j. Jenis Masa Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 5 Tahun 2021 tentang Dasar Perhitungan Nilai Sewa Reklame menjelaskan adanya beberapa jenis masa pajak reklame yang dicantumkan diantara ialah sebagai berikut:

- 1) Masa pajak reklame insidental adalah jangka waktu lamanya penyelenggaraan reklame di bawah 1 (satu) tahun kalender.

Masa pajak reklame insidental berupa mingguan dan bulanan. Bahwa masa pajak reklame insidental untuk mingguan diatur sebagai berikut:

- a) Masa pajak reklame 1-7 (satu sampai tujuh) hari jangka waktu penyelenggaraan reklame dihitung 1 (satu) minggu.
  - b) Masa pajak reklame 8-15 (delapan sampai lima belas) hari jangka waktu penyelenggaraan reklame dihitung 2 (dua) minggu.
  - c) Masa pajak reklame 16-22 (enam belas sampai dua puluh dua) hari jangka waktu penyelenggaraan dihitung 3 (tiga) minggu.
  - d) Masa pajak reklame 23-30 (dua puluh tiga sampai tiga puluh) hari jangka waktu penyelenggaraan dihitung 1 (satu) bulan.
- 2) Masa pajak reklame permanen dan/atau tetap adalah 1 (satu) tahun kalender. Perhitungan pajak terutang ditetapkan dengan membagi pajak terutang 1 (satu) tahun dengan jumlah bulan atau jumlah minggu dalam 1 (satu) tahunnya. Pajak terutang dalam masa pajak terjadi pada saat pembayaran kepada penyelenggara reklame atau sejak diterbitkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD).

k. Zona dan Indeks Lokasi Strategis (ILS) Pajak Reklame

Yang dimaksud klasifikasi zona adalah lokasi pemasangan reklame yang diklasifikasikan berdasarkan kriteria kepadatan,

pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha, seperti data pada table berikut ini.

**Tabel 2. 1 Klasifikasi Zona dan ILS Pajak Reklame**

| No. | Zona | Indeks Lokasi Strategis (ILS) | Dasar Penilaian   | Lokasi  |
|-----|------|-------------------------------|---|---|
| 1   | A    | 0,4                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sudut pandang luas dan strategis.</li> <li>2) Kepadatan pemakai jalan.</li> <li>3) Beragamnya tingkat ekonomi dan jenis usaha pemakai jalan.</li> <li>4) Jalan poros/ jalan arteri antar kota antar provinsi.</li> <li>5) Daerah yang menghadap langsung ke jalan tol.</li> </ol> | <p>Jalan Nasional yang ada di wilayah Kabupaten Madiun:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jalur Jalan Caruban - Ngawi</li> <li>2. Jalur Jalan Madiun – Surabaya</li> <li>3. Jalur Jalan Madiun – Solo</li> <li>4. Jalur Jalan Madiun – Ponorogo</li> <li>5. Jalan Panglima Sudirman Caruban</li> <li>6. Jalan A. Yani Caruban</li> <li>7. Lokasi Pemasangan yang menghadap langsung ke jalan tol.</li> </ol>              |
| 2   | B    | 0,3                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sudut pandang cukup luas dan strategis.</li> <li>2) Kepadatan penduduk dan pemakai jalan.</li> <li>3) Beragamnya tingkat ekonomi pemakai jalan.</li> </ol>  | <p>Ibukota Kabupaten (Kota Caruban) selain yang berada di kategori A di atas.</p>   |
| 3   | C    | 0,2                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Aspek kegiatan ekonomi dan kepadatan penduduk.</li> <li>2) Konsentrasi keramaian pasar, pertokoan, terminal, dll.</li> <li>3) Karakteristik perkotaan.</li> <li>4) Jalan poros antar kabupaten/ antar kecamatan.</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Jalur Jalan Madiun – Sambirejo – Gorang-Gareng</li> <li>2) Jalur Jalan Madiun – Dungus – Gondosuli</li> <li>3) Jalur Jalan Dumpil – Sawahan</li> <li>4) Jalur Jalan Caruban – Gemarang</li> <li>5) Jalur Jalan Dolopo – Gantrung – Palur</li> <li>6) Jalur Jalan Pagotan – Dagangan – Dungus</li> <li>7) Jalur Jalan Saradan – Gemarang</li> <li>8) Jalur Jalan Dolopo – Ngebel.</li> </ol> |

|   |   |     |  |  |
|---|---|-----|--|--|
| 4 | D | 0,1 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Jalur jalan kelas III dan jalan desa beraspal yang dikategorikan jalan poros antar kecamatan.</li> <li>2) Lingkungan Ibu Kota Kecamatan (IKK).</li> <li>3) Ada konsentrasi kegiatan perekonomian/ pemasaran yang cukup.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Semua jalan Kabupaten selain yang termasuk pada golongan C</li> <li>2) Jalur jalan desa beraspal poros antar kecamatan</li> <li>3) Lingkungan pasar desa</li> <li>4) Lingkungan Pusat Pemerintahan Kecamatan selain yang berada pada golongan A, B, C</li> <li>5) Tempat-tempat dan jalur jalan selain tersebut pada golongan A, B, C</li> </ol> |
|---|---|-----|--|--|

(Sumber: Perbub Kabupaten Madiun Nomor 5 Tahun 2021)

## B. Penelitian Terdahulu

Tinjauan dalam menyajikan ringkasan dari adanya penelitian-penelitian terdahulu ini bertujuan untuk menghasilkan temuan yang valid dan relevan, dengan demikian penelitian-penelitian terdahulu menjadi suatu keharusan karena berfungsi sebagai landasan teoritis yang memperkuat argumentasi dan pendekatan yang diambil dalam penelitian ini.

**Tabel 2. 2 Tabulasi Penelitian Terdahulu**

| No | Penulis, Tahun        | Judul  | Jurnal   | Metode Penelitian  | Hasil   |
|----|-----------------------|--|--|--|---|
| 1  | (Aisyah et al., 2022) | “Optimizing Origin Local Income in Implementig Infrastructue Developmen t in The City of Madiun” | Jurnal Aristo (Social, Politic, Humanior)<br><br>Vol. 10, No. 3, Desember 2022<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b> | Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis deskriptif. | Hasil penelitian ini yaitu:<br>1. Anggaran pembangunan didominasi oleh belanja pegawai.<br>2. Faktor pendukung: sistem jemput bola, pendataan/inventaris dan<br>3. Faktor penghambat: kurangnya |

|   |                             |   |  |   |  |
|---|-----------------------------|---|--|---|--|
|   |                             |   |  |   | kesadaran, kekurangan SDM.   |
| 2 | (Astuti, 2020)              | “Analysis Of Effectiveness and Contribution of Advertisement Tax Collection on Original Regional Income”                              | JASA (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi) Vol. 4, No. 3 Desember 2020<br><br><b>Terindeks Jurnal Sinta 3</b> | Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder.  | Hasil analisis menunjukkan bahwa efektivitas dan kontribusi pajak reklame memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Dinas Pajak Kota Bandung.   |
| 3 | 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 Vol 7, No.01 Juni 2021<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b>                                       | Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder yang menggunakan data deret berkala (time series) selama empat tahunnya itu dari tahun 2016–2019. | Pada tahun 2018, penerimaan pajak reklame mengalami penurunan meskipun demikian masih pada tingkat efektif (88,24%) dan pada tahun 2019 penerimaan pajak reklame meningkat menjadi sangat efektif (102,71%) karena penerimaan pajak reklame melebihi rencana yang telah ditetapkan.  |
| 4 | (Dhalimun the et al., 2022) | Analisis Potensi dan kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang                          | JMWE (Jurnal Media Wahana Ekonomika) Vol.18, No.3 Oktober 2021<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b>                           | Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif.  | Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh di Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang, dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain penerimaan pajak reklame di Kota Palembang memiliki potensi yang cukup besar terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang, potensi penerimaan pajak |

|   |                              |  |  |   |  |
|---|------------------------------|--|--|---|--|
|   |                              |  |  |   | reklame pada tahun 2020 adalah sebesar Rp 21.290.052.939..   |
| 5 | (Hardianti et al., 2023)     | “Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Garut”   | Jurnal Wahana Akuntansi<br><br>Vol. 08, No. 1, 2023<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b>                        | Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metodologi kualitatif pendekatan deskriptif.  | Implementasi pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut cukup baik dalam hal sumberdaya dan struktur birokrasi, tetapi komunikasi masih kurang optimal. Perlu dilakukan sosialisasi berkala minimal 3 kali setahun untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak.                                   |
| 6 | (Herfina & Syofia, 2022)     | Tinjauan atas Pelaksanaan Perhitungan, Pemungutan, dan Pelaporan Pajak Reklame Pada Badan Bendapatan Daerah Kota Padang” | Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang<br><br>Vol. 2, No. 1, April 2022<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b> | Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, dimana perusahaan dipelajari berdasarkan fakta-fakta yang ada melalui studi lapangan yang melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi.      | Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perhitungan, pemungutan dan pelaporan pajak reklame sudah sesuai dengan Peraturan Walikota No. 46 Tahun 2017.   |
| 7 | (Larasati & Dewiyanti, 2021) | Strategi Pemerintah Daerah Untuk Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Reklame Di Masa Pandemi COVID-19                     | Jurnal Reformasi<br><br>Vol. 11, No. 2 Oktober 2021<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b>                        | Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. | Hasil yang dihadapi permasalahan internal yakni keterbatasan sumber daya manusianya dari segi kuantitas pada petugas lapangan dan terjadinya rangkap kerja beberapa pegawai. Sedangkan masalah eksternalnya meliputi masih adanya wajib pajak yang asal-asalan pasang reklame, menurunnya perekonomian wajib |

|    |                           |  |  |   |  |
|----|---------------------------|--|--|---|--|
|    |                           |  |  |   | pajak dan rendahnya kesadaran wajib pajak dalam mematuhi protokol kesehatan dalam menerima pelayanan.  |
| 8  | (Martia, 2023)            | “Optimalisasi Strategi Peningkatan Pemungutan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru” | Jurnal Produktivitas<br>Vol. 10, No. 2, 2023<br><b>Terindeks Jurnal Sinta 5</b>                  | Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumen. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk optimalisasi pemungutan pajak reklame, penting untuk melakukan ekstensifikasi (penciptaan pendapatan baru dan kerjasama investasi) serta intensifikasi (perbaikan kelembagaan, peningkatan jumlah wajib pajak, penyesuaian administrasi dan operasional, serta peningkatan mutu sumber daya manusia). |
| 9  | (Ndiak, 2022)             | “Analisis Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banggai”  | Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR<br>Vol. 5, No. 2, Desember 2021<br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b> | Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode observasi, studi pustaka dan wawancara   | Kontribusi pajak reklame di Kabupaten Banggai fluktuatif: 0,54% pada 2017, turun menjadi 0,48% pada 2018, dan 0,42% pada 2019. Namun, terjadi lonjakan drastis menjadi 7,82% pada 2020. Hal ini menunjukkan potensi besar pajak reklame terhadap pendapatan daerah.  |
| 10 | (Rinaldi & Singgih, 2023) | “Analisis Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Videotron Dalam Rangka Peningkatan             | Jurnal Ilmu Administrasi Publik<br>Vol. 3, No. 5, September 2023                                 | Menggunakan metode kualitatif dimana data primer diperoleh melalui wawancara dan sekunder data.   | Hasil analisis menunjukkan bahwa kebijakan pemungutan pajak reklame videotron di Daerah Unit Pemungutan Pajak Menteng Jakarta Pusat pada 2021 dinilai baik secara  |

|    |                         |  |  |  |  |
|----|-------------------------|--|--|--|--|
|    |                         | Penerimaan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah Wilayah Menteng Jakarta Pusat Tahun 2021”             | <b>Terindeks Jurnal Nasional</b>   |  | umum, dengan sedikit masalah pada sumber daya, khususnya dalam hal rasio petugas pajak yang rendah dibandingkan jumlah objek pajak.  |
| 11 | (Saleh et al., 2023)    | Analisis Kinerja Pemungutan Dan Strategi Optimalisasi Pajak Daerah Di Kabupaten Sumbawa                                    | SEMAI (Seminar Nasional Manajemen Inovasi)<br><br>Vol.6, No.2 Agustus 2023<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b> | Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode statistik inferensial, metode penelitian kuantitatif.   | Hasil penelitian ini kinerja pemungutan pajak daerah yaitu efektivitas, efisiensi dan optimalisasi sangat baik, sedangkan strategi yang digunakan untuk lebih meningkatkan kinerja tersebut adalah dengan membuat sistem sosialisasi pendataan dan penagihan pajak daerah secara elektronik yang sudah dirancang dalam penelitian ini dengan nama E-Somentari. |
| 12 | (Saranani et al., 2023) | “Hotel Tax Effectiveness Analysis and Taxes Advertising and Its Contribution to Increasing Regional Original Income (PAD)” | Research of Economics and Business<br><br>Vol. 1, No. 1, 2023<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b>              | Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan data laporan realisasi APBD Kota Kendari 2018-2021. Sumber data utama adalah wawancara tidak terstruktur, dan data sekunder berasal dari Badan Pendapatan Daerah Kota Kendari. Metode pengumpulan data meliputi Penelitian | Hasil penelitian ini menemukan bahwa pajak hotel dan reklame di Kota Kendari sangat efektif, dengan persentase rata-rata masing-masing sekitar 106%, namun kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) bervariasi, dengan pajak hotel berkontribusi lebih tinggi (rata-rata 5,15%) daripada pajak reklame (rata-rata 1,20%).                              |

|    |                           |   |  |  |   |
|----|---------------------------|---|--|--|---|
|    |                           |   |  | Lapangan,<br>Kearsipan, dan<br>Perpustakaan.   |   |
| 13 | (Rohman,<br>2020)         | “Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang”   | JISIP:<br>Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik<br><br>Vol. 9, No. 1, 2020<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b> | Jenis penelitian yang di gunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tehnik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. | Hasil penelitian ini adalah kebijakan intensifikasi fokus pada pengawasan, peningkatan SDM, dan peraturan; sementara kebijakan ekstensifikasi melibatkan pendataan wajib pajak baru dan sosialisasi. Faktor pendukung mencakup sarana/prasarana yang memadai, sistem informasi, dan kondisi ekonomi baik, namun ada hambatan seperti kesadaran wajib pajak yang rendah dan perubahan media reklame menjadi videotron. |
| 14 | (Wicaksono, 2022)         | “The Role of Advertising Tax Through Measuring Their Effectiveness, Growth and Contribution to Local Taxes in Lumajang Regency” | Jurnal Mantik<br><br>Vol. 6, No. 1, Mei 2022<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b>                             | Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, sumber data berasal dari Badan Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Lumajang.          | Hasil penelitian ini adalah efektivitas berada pada posisi sangat efektif, pertumbuhan berada pada posisi fluktuatif, dan kontribusi terhadap pajak daerah berada pada kategori sangat kurang.  |
| 15 | (Yunita & Yuliandi, 2021) | Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor                 | JIAKES (Jurnal Ilmiah Akutansi Kesatuan)<br><br>Vol.9, No.1 Maret 2021<br><br><b>Terindeks Jurnal Nasional</b>   | Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.  | Hasil dari penelitian ini adalah efektivitas dari pemungutan pajak reklame dan pajak restoran di Kota Bogor sudah sangat efektif terbukti dengan angka rata-rata rasio efektivitas pajak reklame sebesar 104,06% dan pajak  |

|  |  |  |  |  |                              |
|--|--|--|--|--|------------------------------|
|  |  |  |  |  | restoran sebesar<br>103,93%. |
|--|--|--|--|--|------------------------------|

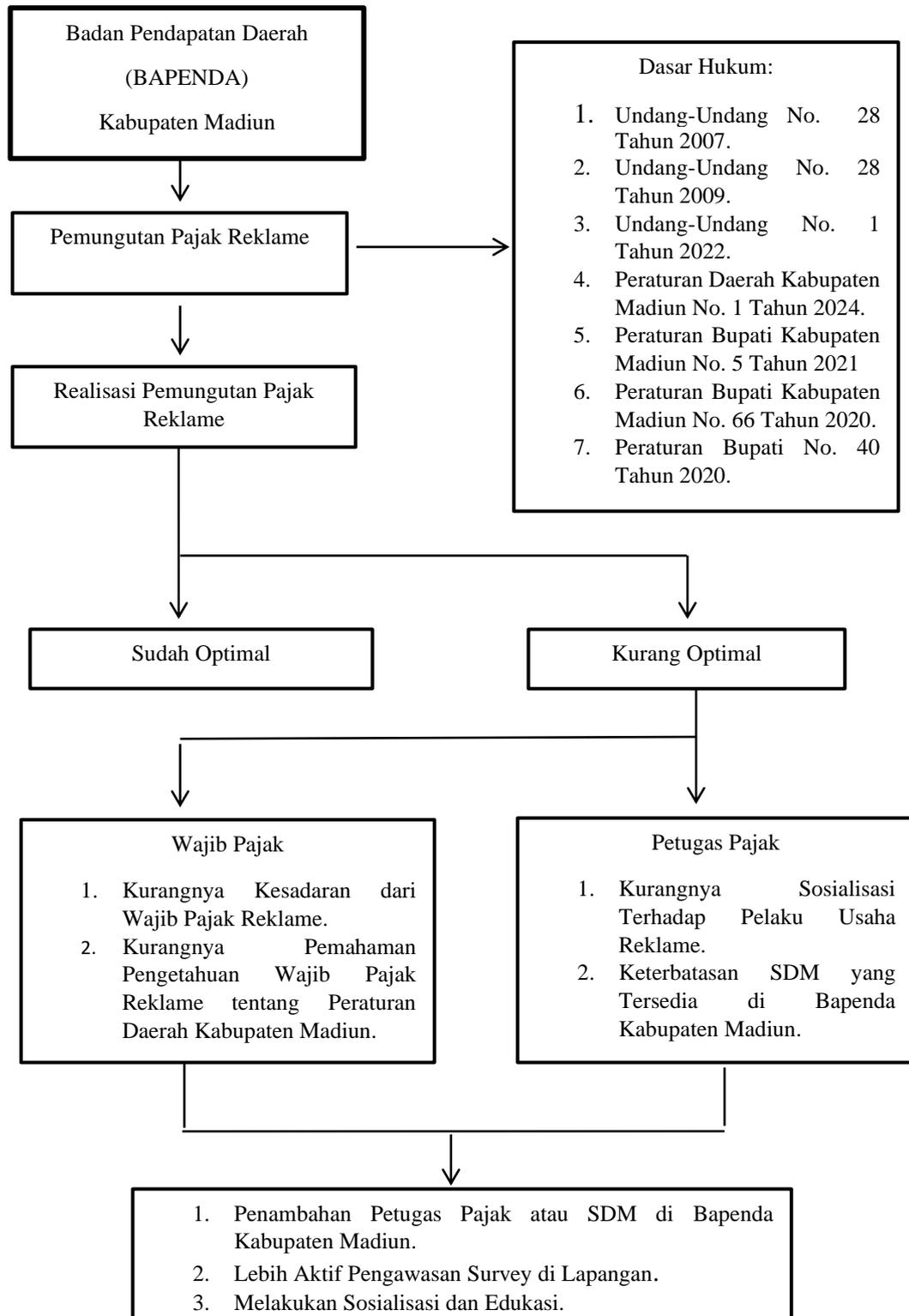
### C. Kerangka Pemikiran

Pajak reklame menjadi salah satu sumber pendapatan yang signifikan bagi pemerintah daerah dalam menjalankan berbagai program pembangunan dan pelayanan publik. Kabupaten Madiun, sebagai sebuah entitas pemerintahan lokal, tidak terkecuali dalam mengandalkan pajak reklame sebagai salah satu pilar pendapatan daerahnya. Dalam konteks yang semakin dinamis, optimalisasi pemungutan pajak reklame bukan hanya sekadar persoalan administratif, tetapi juga menghadirkan berbagai tantangan yang kompleks.

Perubahan tren pasar, perkembangan teknologi, serta kebijakan regulasi yang berkembang menjadi beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan kerangka pemikiran untuk optimalisasi pajak reklame. Kerangka pemikiran yang kokoh menjadi landasan bagi setiap langkah strategis yang akan diambil dalam optimalisasi pemungutan pajak reklame. Melalui pembangunan kerangka pemikiran yang komprehensif, Bapenda Kabupaten Madiun dapat mengidentifikasi permasalahan yang mendasar, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi, serta merumuskan langkah-langkah yang spesifik untuk meningkatkan kinerja pemungutan pajak reklame.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun kerangka pemikiran yang sistematis dan terarah guna mendukung optimalisasi pemungutan pajak

reklame di Bapenda Kabupaten Madiun. Dengan demikian, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya meningkatkan pendapatan pajak reklame serta efisiensi administratif dalam pengelolaan pajak reklame di Kabupaten Madiun. Adapun gambaran sistematis yang penulis sajikan dalam kerangka berfikir dan dijadikan pedoman penelitian yaitu sebagai berikut:



(Sumber: diolah oleh penulis, 2024)

**Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir**