

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Kepatuhan Pajak

a. Pengertian Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak diartikan sebagai 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.

Kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya juga didasarkan pada kesadaran wajib pajak. Kesadaran wajib pajak yaitu kemauan wajib pajak dengan sendirinya tanpa paksaan untuk mendaftarkan, menghitung, membayar dan melaporkan jumlah pajak terutang. Dengan demikian, apabila wajib pajak memiliki kesadaran dalam hal perpajakan, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak

Dalam pemungutan pajak, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Berikut merupakan beberapa faktor menurut Farhah et al. (2021) yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak, antara lain:

1) Kualitas Pelayanan

Pelayanan yaitu suatu layanan yang diberikan oleh petugas pajak kepada wajib pajak. 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

Penetapan sanksi perpajakan merupakan dasar pemerintahan dalam melakukan pemungutan pajak sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Pemerintah harus bersikap tegas dalam memberlakukan sanksi perpajakan guna untuk membuat jera wajib pajak agar patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

c. Kriteria Kepatuhan Pajak

Dalam mendefinisikan kepatuhan wajib pajak, terdapat 3 kriteria kepatuhan menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007 yaitu sebagai berikut:

- 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 Analisis Kepatuhan

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 tentang rencana strategis Dirjen Pajak tahun 2020-2024 tentang kepatuhan wajib pajak 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. Menurut Lisnawati et al. (2023), tingkat kepatuhan wajib pajak dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kepatuhan Wajib Pajak} = \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak}}{\text{Target penerimaan pajak}} \times 100\%$$

Berdasarkan dari kedua rumus perbandingan diatas, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak dilihat dari seberapa

banyak jumlah wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak. Oleh karena itu, tingginya tingkat kesadaran wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak dapat menciptakan wajib pajak yang patuh. Tingginya tingkat kepatuhan wajib pajak dapat menghasilkan penerimaan pajak yang tinggi, sehingga target penerimaan yang diharapkan dapat tercapai.

2. Konsep Umum Perpajakan

a. Definisi 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 dapat diartikan sebagai pungutan yang berdasarkan undang-undang oleh pemerintah, dimana sebagian dari pajak dipakai untuk penyediaan barang dan jasa publik. Hasil pungutan pajak nantinya akan dikembalikan kepada masyarakat secara tidak langsung melalui perbaikan insfastruktur umum, pembangunan layanan kesehatan, dan fasilitas-fasilitas lain guna kesejahteraan masyarakat. Unsur-unsur

dalam definisi pajak diuraikan oleh Rosdiana & Slamet Irianto (2012) sebagai berikut:

- 1) Dapat dipaksakan.
- 2) Dipungut berdasarkan Undang-Undang.
- 3) Tidak mendapatkan manfaat langsung.
- 4) Digunakan untuk menjalankan fungsi negara

b. Fungsi Pajak

Sebagai sumber pendapatan utama, pajak memiliki peranan yang sangat penting dalam membiayai pembangunan negara. Selain itu, pajak juga memiliki beberapa fungsi yang digunakan untuk mengatur pengeluaran keuangan negara. Berikut merupakan beberapa fungsi pajak menurut Mardiasmo (2019), diantaranya yaitu:

1) Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan pemerintah yang digunakan untuk membiayai seluruh pengeluaran negara.

2) Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Pajak merupakan suatu alat yang digunakan pemerintah untuk mengatur dan melaksanakan kebijakan ekonomi dan sosial. Dengan adanya pajak, pemerintah dapat mengatur pertumbuhan ekonomi serta digunakan sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan.

3) Fungsi Stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki sumber dana dalam menerapkan kebijakan stabilitas harga guna untuk mengendalikan

inflasi. Upaya ini termasuk untuk mengatur peredaran uang dan penggunaan pajak secara efektif dan efisien.

4) Fungsi Redistribusi Pendapatan

Penerimaan pajak oleh negara akan dialokasikan untuk membiayai kepentingan umum, termasuk pembangunan yang bertujuan menciptakan lapangan kerja baru guna meningkatkan pendapatan masyarakat.

c. Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak merupakan suatu metode yang diterapkan oleh pemerintah guna untuk menentukan besarnya jumlah pajak yang harus disetor oleh wajib pajak kepada negara. Menurut Sari (2024), psistem pemungutan pajak di Indonesia dibagi menjadi 3, yaitu:

1) *Official Assessment System*

Official Assessment System yaitu suatu sistem pemungutan yang memberikan kewenangan untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak kepada pemerintah (fiskus). Dalam sistem pemungutan ini, wajib pajak berperan pasif dalam memperhitungkan besarnya pajak yang harus dibayar, karena seluruhnya dilimpahkan penuh kepada pemerintah.

2) *Self Assessment System*

Self Assessment System yaitu suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang penuh kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar. Dalam

sistem pemungutan ini, pemerintah hanya berperan sebagai pengawas wajib pajak. Pemerintah memiliki tugas untuk mengeluarkan surat tagihan pajak apabila wajib pajak telat dalam melaporkan atau membayarkan pajak.

3) *Withholding System*

Withholding System yaitu suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk memotong atau memungut pajak yang terutang oleh wajib pajak.

d. Klasifikasi/Pengelompokan Pajak

Pengelompokan pajak merupakan pembayaran pajak yang dilakukan berdasarkan kondisi tertentu. Di Indonesia pajak dikelompokkan menjadi beberapa kriteria. Berikut merupakan beberapa pengklasifikasian pajak menurut Syarifudin (2018) diantaranya yaitu:

1) Berdasarkan Golongan

- a. Pajak langsung, yaitu pajak yang ditetapkan dan harus ditanggung sendiri oleh wajib pajak.
- b. Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang dibebankan dapat dilimpahkan sepenuhnya atau sebagian kepada pihak lain.

2) Berdasarkan Sifatnya

- a. Pajak subjektif, yaitu pajak yang ditetapkan berdasarkan orang yang membayar pajak (subjeknya) dengan mempertimbangkan kondisi keungan dari wajib pajak tersebut.

- b. Pajak objektif, yaitu pajak yang ditetapkan berdasarkan objek pajak yang diperoleh sehingga timbul utang pajak tanpa memperhatikan kondisi keuangan wajib pajak.
- 3) Berdasarkan Lembaga Pemungut
- a. Pajak pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai kebutuhan rumah tangga negara.
 - b. Pajak daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.

3. 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. Ketentuan pemungutan dan kewenangan pajak daerah disesuaikan dengan masing-masing daerah dimana setiap pemerintah daerah memiliki hak dan kewajiban dalam mengatur dan mengurus pemerintahannya.

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 daerah dibagi menjadi 2 yaitu:

- a. Pajak Provinsi, ada 5 jenis pajak provinsi yaitu:
 - 1) Pajak Kendaraan Bermotor.
 - 2) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor.
 - 3) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.
 - 4) Pajak Air Permukaan.
 - 5) Pajak Rokok.
- b. Pajak Kabupaten/Kota, dalam pajak yang dikenakan atas kabupaten/kota terdapat 11 jenis pajak daerah yaitu:
 - 1) Pajak Hotel.
 - 2) Pajak Restoran.
 - 3) Pajak Reklame.
 - 4) Pajak Hiburan.
 - 5) Pajak Penerangan Jalan.
 - 6) Pajak Parkir.
 - 7) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan (MBLB).
 - 8) Pajak Air Tanah.
 - 9) Pajak Bumi Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2).
 - 10) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).
 - 11) Pajak Sarang Burung Walet.

4. Pajak Reklame

a. Pengertian Pajak Reklame

Menurut UU Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 & 27, Pajak Reklame adalah iuran yang wajib dibayarkan atas penyelenggaraan reklame. Reklame yaitu alat, benda, atau media yang dibuat untuk tujuan komersial dalam memperkenalkan, mempromosikan, atau menarik perhatian masyarakat mengenai barang/jasa yang dapat dilihat, didengar, dibaca dan dinikmati oleh umum. Reklame juga dapat diartikan sebagai media untuk menyampaikan informasi singkat kepada masyarakat luas terkait produk barang maupun jasa.

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. Dengan demikian, penerimaan dari pajak reklame dapat dikatakan sangat berperan penting dalam meningkatkan pendapatan daerah.

b. Dasar Hukum Pajak Reklame

Pemungutan pajak reklame didasarkan pada beberapa aturan hukum yang harus dipatuhi oleh seluruh masyarakat dan pihak terkait. Berikut

merupakan dasar hukum yang digunakan sebagai acuan dalam pemungutan pajak reklame di Kabupaten Ponorogo, yaitu:

- 1) Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- 2) Pajak daerah di Kabupaten Ponorogo diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2020.
- 3) Peraturan Bupati Ponorogo Nomor 4 Tahun 2017 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Ponorogo.
- 4) Peraturan Bupati Ponorogo Nomor 44 Tahun 2020 tentang perubahan kedua atas Peraturan Bupati Ponorogo Nomor 42 Tahun 2018 tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame yang digunakan sebagai acuan dalam pemungutan pajak reklame di Kabupaten Ponorogo.

c. Subjek dan Wajib Pajak Reklame

Subjek pajak menurut Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 10 Tahun 2020 Pasal 43 adalah sebagai berikut.

- 1) Subjek pajak, yaitu orang pribadi maupun badan yang menggunakan reklame.
- 2) Wajib pajak, yaitu orang pribadi maupun badan dimana dari keduanya tersebut menyelenggarakan reklame atas usaha dagang/jasa yang didirikan.

d. Objek Pajak Reklame

Objek pajak reklame adalah seluruh penyelenggaraan reklame. Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 10 Tahun 2020 Pasal 42, objek pajak reklame antara lain sebagai berikut:

1) Reklame Permanen

yaitu reklame yang diselenggarakan tetap dan dapat digunakan lebih dari 1 tahun. Adapun jenis dari reklame permanen sebagai berikut:

- a) Reklame neon box
- b) Reklame baliho
- c) Reklame vidiotron/megatron/*large electronic display* (LED)
- d) Reklame papan

2) Reklame Insidentil

yaitu reklame yang sifatnya sementara dan penggunaannya tidak bertahan lama. Jenis dari reklame insidentil sebagai berikut:

- a) Reklame kain
- b) Reklame sticker/melekat
- c) Reklame selebaran
- d) Reklame suara
- e) Reklame apung
- f) Reklame film/slide
- g) Reklame peragaan
- h) Reklame baliho

e. Bukan Objek Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 10 Tahun 2020 Pasal 42 yang bukan merupakan objek pajak reklame yaitu sebagai berikut:

- 1) Reklame yang diselenggarakan melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya.
- 2) Produk yang berlabel/merk yang melekat pada barang yang diperdagangkan guna untuk membedakan dari produk lain sejenis.
- 3) Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang ditempat usaha dengan ukuran tidak melebihi $0,50 m^2$.
- 4) Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintahan.
- 5) Reklame yang penyelenggaraannya untuk keperluan nirlaba.

f. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar pengenaan pajak adalah suatu nilai yang digunakan sebagai dasar perhitungan besarnya pajak yang terutang. Dasar pengenaan pajak reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 10 Tahun 2020 Pasal 44 yaitu sebagai berikut:

- 1) Dasar pengenaan pajak reklame yaitu dari nilai sewa reklame (NSR).
- 2) Penyelenggaraan reklame oleh pihak ketiga, maka nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.

- 3) Apabila penyelenggaraan reklame dilakukan oleh orang pribadi atau badan sendiri, maka NSR dihitung berdasarkan jenis bahan, lokasi pemasangan, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran reklame.
- 4) Nilai sewa reklame dihitung dengan menjumlahkan Nilai strategis reklame dengan nilai jual objek pajak reklame.

g. Tarif Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 10 Tahun 2020 Pasal 45 tarif pajak reklame yang ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

h. Cara Perhitungan Pajak Reklame

Cara perhitungan pajak reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Ponorogo Nomor 10 Tahun 2020 yaitu sebagai berikut:

$\begin{aligned} \text{Pajak Terutang} &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak} \\ &= \text{Tarif Pajak} \times \text{Nilai Sewa Reklame (NSR)} \end{aligned}$

Nilai Sewa Reklame (NSR) = Nilai Strategis Pajak Reklame (NSPR) x
 Nilai Jual Objek Reklame (NJOR)

NJOR = (ukuran reklame x harga dasar ukuran reklame) + (ketinggian
 reklame x harga dasar ketinggian reklame)

i. Kewajiban Wajib Pajak

Wajib pajak reklame menurut Siahaan (2010) memiliki kewajiban untuk melaporkan mengenai perhitungan dan pembayaran pajak terutang kepada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/Kota melalui Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD). Penyampaian SPTPD oleh

wajib pajak harus dilakukan selambat-lambatnya lima belas hari setelah berakhirnya masa pajak. Apabila wajib pajak tidak melaporkan atau melakukan pelaporan tetapi tidak sesuai, maka akan dikenai sanksi administrasi berupa denda.

Besarnya sanksi yang dikenakan kepada wajib pajak ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan masing-masing daerah. Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam Peraturan Bupati Nomor 44 Tahun 2020 Tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame pasal 10 ayat (4) menetapkan besarnya sanksi administrasi yang dikenakan atas keterlambatan penyampaian SPTPD adalah 2% sebulan dengan jangka waktu paling lambat 15 bulan.

5. Penelitian Terdahulu

Berikut ialah sejumlah penelitian terdahulu yang dipergunakan selaku referensi bagi peneliti di penelitian ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun	Judul	Jurnal	Metode Penelitian	Hasil
1.	Wijayanah & Basuki (2021)	Strategi Meningkatkan Kepatuhan Pajak Reklame Dengan Pendekatan Compliance Model	Jurnal Ekonomi dan Keuangan (EKUITAS): Vol 5, No. 4, Desember 2021 (Terindeks Jurnal Sinta 2)	Penelitian dilakukan di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan studi kasus. Data yang digunakan dalam	Penelitian ini menunjukkan bahwasannya strategi kepatuhan yang menggunakan pendekatan <i>compliance model</i> berhasil meningkatkan kepatuhan

				<p>penelitian ini yaitu data primer dan sekunder, serta penentuan informan menggunakan teknik <i>sampling purpose</i>.</p>	<p>wajib pajak reklame di Kota Surabaya. Metode ini bertujuan untuk mempermudah wajib pajak yang telah patuh dan melakukan tindakan tegas kepada wajib pajak yang tidak patuh.</p>
2.	Kustiyah & Suryani (2015b)	Efektifitas Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Surakarta	Jurnal Paradigma, Vol.12, Nomor 2, Januari 2015 (Terindeks Jurnal Nasional)	<p>Penelitian ini dilakukan di DPPKA Kota Surakarta dengan menggunakan analisis penelitian penjelasan (<i>explanatory research</i>) serta data kualitatif dan kuantitatif.</p>	<p>Pemungutan pajak reklame di Kota Surakarta telah efektif, namun masih terjadi fluktuatif. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwasannya pajak reklame mempunyai kontribusi pada PAD yang cukup besar.</p>

3.	Fadhila & Candrakirana (2022)	Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame oleh Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah di Kota Surakarta berdasarkan Peraturan Walikota No. 58 Tahun 2019.	Jurnal Discretie: Jurnal Bagian Hukum dan Administrasi Negara, Vol.3, Nomor 2, Juli 2022 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan di Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surakarta dengan menggunakan penelitian hukum normatif melalui pendekatan Undang-Undang, dimana data diperoleh dengan wawancara dan studi kepustakaan serta analisis menggunakan metode silogisme (pola pikir deduktif).	Salah satu hambatan pada pelaksanaan pemungutan pajak reklame ialah kesadaran masyarakat mengenai pembayaran pajak yang tepat waktu. Banyak masyarakat yang memasang reklame liar dengan tiada izin dan tidak peduli dengan keindahan publik Kota Surakarta. Pemungutan pajak reklame juga dihambat oleh jumlah staf lapangan yang terbatas.
4.	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, Nomor 3, Desember 2020 (Terindeks Jurnal Sinta 5)	Penelitian dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Kota Bandung mengenai efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap peningkatan PAD	Penataan ulang ruang oleh pemerintah adalah salah satu faktor yang mengakibatkan penerimaan pajak reklame menurun. Penelitian ini

				Kota Bandung tahun 2013-2017. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif dan verifikasi melalui wawancara. Peneliti mengambil sampel atas penerimaan PAD Kota Bandung tahun 2009-2013.	menunjukkan bahwa kontribusi dan efektivitas penerimaan pajak reklame tidak memberi pengaruh yang signifikan pada peningkatan PAD Kota Bandung.
5.	Rohman et al. (2020)	Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang.	JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol.9, Nomor 1, 2020 (Terindeks Jurnal Sinta 4)	Penelitian ini dilakukan di Badan Pelayanan Pajak Daerah Kota Malang, dimana peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif melalui observasi dan wawancara langsung untuk pengambilan data. Keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi Teknik (reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan).	Faktor yang menghambat pemungutan pajak reklame yaitu rendahnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak terutangnya. Wajib pajak menolak adanya perubahan pada sistem media reklame yang biayanya relatif mahal.
6.	Saepudin & Ambarwati (2022)	Analisis Efektivitas Penerimaan	Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Vol.2,	Penelitian dilakukan pada Badan	Rendahnya kepatuhan wajib pajak

		Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tangerang Selatan Tahun 2019-2021.	Nomor 6, November 2022 (Terindeks Jurnal Nasional)	Pendapatan Daerah Kota Tangerang Selatan mengenai efektivitas penerimaan pajak reklame 2019-2021, dimana peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dalam mendeskripsikan dan menggambarkan hasil analisisnya.	dalam mengurus perpanjangan masa tayang pajak reklame. Proses pembayaran pajak reklame yang cukup memakan waktu lama mengakibatkan wajib pajak tidak memenuhi kewajiban perpajakan.
7.	Pradana et al. (2022)	Kontribusi dan Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara.	Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum), Vol.5, Nomor 2, Januari-Juni 2022 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian ini dilakukan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tidore mengenai penerimaan pajak reklame tahun 2014-2018 dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif berupa studi kasus dan studi pustaka. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan observasi data primer dan wawancara narasumber.	Hasil penelitian mengenai tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Tidore dinilai cukup baik meskipun mengalami penurunan yang tidak begitu besar dari tahun-tahun sebelumnya

8.	Natalia & Kusumaningtyas (2022)	Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Wonogiri Periode 2015-2020.	Jurnal Akuntansi (JAK), Vol.17, Nomor 2, November 2022 (Terindeks Jurnal Nasional)	Dilakukan di Kantor Badan Pengelola Keuangan Daerah Kabupaten Wonogiri mengenai tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2015-2020, menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus non empiris, observasi data dan wawancara langsung kepada narasumber. Data yang digunakan yaitu data primer dari hasil wawancara dan data sekunder dari bukti/data historis yang dipublikasi	Kontribusi pajak reklame kurang optimal karena masih banyak masyarakat yang tidak memenuhi kewajiban membayar pajak serta Pemerintah Daerah Wonogiri yang kurang tegas dalam pelaksanaan pemungutan. Efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap PAD setiap tahunnya mengalami fluktuasi disebabkan karena banyaknya masyarakat yang memasang reklame tanpa izin Pemda.
9.	Umar (2020)	Pengaruh Sistem Pemungutan, Kondisi Keuangan, Tarif Pajak Terhadap	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol.9, Nomor 11, November 2020	Penelitian dilakukan terkait pajak reklame di Kota Surabaya, menggunakan metode kuantitatif	Hasil dari penelitian ini yaitu sistem pemungutan, kondisi keuangan dan tarif pajak

		Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	(Terindeks Jurnal Nasional)	dengan uji hipotesis. Data penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dengan instrumen berupa kuesioner yang diserahkan langsung kepada responden (wajib pajak).	berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Wajib pajak mau membayar apabila jumlah pajak yang harus dibayar rendah atau tidak memberatkan wajib pajak, artinya penentuan tarif yang tidak terlalu tinggi dapat menjadikan wajib pajak patuh untuk membayar.
10.	Farhah et al. (2021)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di DKI Jakarta	Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing, Vol.2, Nomor 3, Hal 537-557, Desember 2021 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan di Bapenda DKI Jakarta, menggunakan metode <i>probably sampling</i> dengan teknik <i>simple random sampling</i> dan rumus perhitungan slovin. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan	Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa faktor yang berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame yaitu kualitas pelayanan pemerintah, sanksi perpajakan, dan

				kepada wajib pajak reklame.	kompleksitas peraturan perpajakan. Sedangkan, tinggi rendahnya kondisi keuangan tiap wajib pajak merupakan faktor internal wajib pajak itu sendiri sehingga pada penelitian ini kondisi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
11.	Larasati & Dewiyanti (2021)	Strategi Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Reklame Di Masa Pandemi Covid-19.	Jurnal REFORMASI , Vol.11, Nomor 2, Oktober 2021 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan pada Badan Pendapatan Daerah Kota Malang Pada Masa Pandemi Covid-19 dengan menggunakan metode kualitatif, dimana peneliti memperoleh data dengan melakukan wawancara dan menggunakan metode <i>purposive sampling</i> .	Permasalahan utama dalam penelitian ini yaitu rendahnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak reklame. Pemerintah daerah menerapkan program <i>sunset policy</i> untuk penghapusan sanksi

					administrasi akibat keterlambatan dan penunggakan pembayaran pajak.
12.	Ariyanti et al. (2020)	Analisis Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pekalongan.	Balance: Economic, Business, Management, and Accounting Journal, Vol. XVII, Nomor 1, Januari 2020 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian ini dilakukan di BPKD Kabupaten Pekalongan, menggunakan metode pengambilan data kualitatif dengan observasi dan wawancara secara langsung kepada narasumber. Data yang diperoleh diolah dalam bentuk deskriptif	Penerimaan pajak reklame di Kabupaten Pekalongan mengalami penurunan akibat adanya faktor penghambat yaitu banyak wajib pajak yang belum terdaftar, adanya pelanggaran izin pemasangan reklame, serta banyak reklame yang sudah habis masa berlakunya tetapi tidak mengajukan perpanjangan kembali.
13.	Ufairah & Siraj (2021)	Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Dalam Pencapaian Target PAD Di Badan	Redaksi Jurnal Ilmu Administrasi REFORMASI Universitas Swadaya Gunung Jati, Jilid 5, Nomor	Penelitian dilakukan pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon dengan	Penerapan kebijakan pemungutan pajak reklame dikatakan belum optimal karena belum sepenuhnya

		Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon.	2, Februari 2021 (Terindeks Jurnal Nasional)	menggunakan metode kualitatif deskriptif dan melakukan wawancara serta penulisan menggunakan teknik purposive sampling.	menetapkan Peraturan Bupati Nomor 9 tahun 2012. Penerimaan pajak reklame pada tahun 2018 tidak mencapai target karena banyak wajib pajak yang membayar pajak tidak tepat waktu. Penyelenggaraan pemasangan reklame tanpa izin kepada BPPD Kabupaten Cirebon.
14.	Hanum (2021)	Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Masa Covid-19 Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Langkat.	EKONOMIK AWA: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan , Vol.21, Nomor 2, Desember 2021 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Langkat mengenai efektivitas penerimaan pajak reklame selama pandemi Covid-19 tahun 2020 dengan pendekatan deskriptif serta menggunakan data kualitatif berupa	Selama masa pandemi Covid-19 penerimaan pajak reklame mengalami penurunan, sehingga efektivitas dalam pemungutan reklame belum tercapai. Peneliti menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame

				wawancara dan dokumentasi data.	mengalami penurunan sebesar 45,26% artinya penerimaan pajak reklame di Kabupaten Langkat berjalan tidak efektif. Hal ini disebabkan karena adanya pembatasan sosial berskala besar yang berakibat ekonomi masyarakat menurun.
15.	Hanis & Saputra (2019)	Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Pontianak.	Jurnal Ekonomi, Vol.27, Nomor 1, Maret 2019 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian ini dilakukan di Badan Keuangan Daerah (BKD) Kota Pontianak mengenai efektivitas dan kontribusi pajak reklame dengan menggunakan metode deskriptif serta pendekatan kuantitatif.	Dalam penelitian ini, tingkat efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Pontianak pada tahun 2012-2017 termasuk dalam kategori cukup efektif. Hal tersebut dikarenakan kurangnya kesadaran

					wajib pajak dalam melapor dan membayar pajak reklame.
16.	Kumala (2019)	Analisis Efektifitas Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Daerah Di Kota Bekasi	Jurnal Reformasi Administrasi, Vol.6, Nomor 1, Maret 2019 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan pada BPPKAD Kota Bekasi dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sumber data primer dari hasil wawancara dan data sekunder dari dokumen laporan penerimaan pajak reklame.	Dari penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa masih banyak wajib pajak yang mangkir dalam melakukan pembayaran pajak reklame sehingga mengakibatkan penurunan pada penghasilan pajak daerah terutama pajak reklame.
17.	Indrihastuti & Amaniyah (2020)	Peran Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang	Jurnal OPTIMA, Vol.4, Nomor 1, 2020 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan di Kota Malang dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. serta data yang digunakan yaitu data yang diperoleh dari dokumen laporan keuangan yang	Peran pajak reklame ternyata cukup tinggi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Malang. Penerimaan yang cukup tinggi sangat membantu

				dimiliki oleh kantor pajak Kota Malang.	dalam meningkatkan PAD dimana PAD ini menjadi salah satu solusi untuk menjawab tantangan bagi pendanaan daerah dalam pembiayaan kegiatan daerah.
18.	Safitri (2021)	Analisis Terhadap Kontribusi Pajak Reklame, Pajak Hotel dan Pajak Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pada Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta	Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Vol.18, Nomor 01, April 2021 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan pada Bapenda Kabupaten Sinjai dengan menggunakan pendekatan survey serta metode pengumpulan data dengan cara observasi dan studi dokumen.	Pertumbuhan kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Sinjai sangat rendah. Dan bahkan cenderung menurun dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan karena kurang optimalnya pemungutan pajak reklame.
19.	Yunita & Yuliandi (2021)	Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak	JIAKES: Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan,	Penelitian dilakukan pada BAPENDA Kota Bogor dengan menggunakan	Efektivitas penerimaan Pajak Reklame dan Pajak

		Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor.	Vol.9, Nomor 1, Maret 2021 (Terindeks Jurnal Nasional)	metode deskriptif kualitatif serta sumber data yang digunakan data primer dan sekunder.	Restoran di Kota Bogor sudah sangat efektif, sedangkan kontribusi pajak reklame dan pajak restoran terhadap PAD di Kota Bogor masih belum dapat dikatakan baik. Pemerintah berupaya meningkatkan pendapatan pajak reklame dan pajak restoran dengan melakukan pendataan wajib pajak, pemeriksaan tarif pajak, pengawasan penyelenggaraan pajak.
20.	Mutiara et al. (2022)	Analisis Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan.	Jurnal Financia, Vol.3, Nomor 2, Juli 2022 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan pada Bapenda Kota Cimahi dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif serta	Kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi pada setiap tahunnya masih sangat kurang sesuai dengan klasifikasi

				jenis sumber data sekunder.	kriteria kontribusi, hal tersebut terjadi karena adanya fenomena atau permasalahan yang terjadi yaitu banyaknya reklame liar atau reklame ilegal yang terpasang, banyaknya penunggak pajak yang tidak mau membayarkan pajaknya.
21.	Primandari & Dahlia (2020)	Kontribusi dan efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Ogan Komering Ulu periode tahun 2013 – 2017	Jurnal Akuntansi Keuangan dan Manajemen (Jakman), Vol.1, Nomor 2, Januari 2020 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan pada Bapenda Kabupaten Ogan Komerin Ulu untuk mengetahui kontribusi dan efektivitas pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan menggunakan jenis data sekunder.	Besarnya presentase rata-rata kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Ogan Komering Ulu dikategorikan sangat kurang. Hal ini disebabkan karena masih banyaknya reklame liar dan banyaknya wajib pajak reklame yang menunggak

22.	Fitriani & Irawan (2019)	Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sinjai Tinjauan Ekonomi Islam	ADZ DZAHAB Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.4, Nomor 1, 2019 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Sinjai dengan menggunakan pendekatan survey serta metode pengumpulan data menggunakan observasi dan studi dokumen.	Kontribusi Pajak Reklame rentang waktu 4 tahun cenderung sangat rendah. Pertumbuhan kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD cenderung menurun pada tahun 2013-2015. Dampak dari rendahnya kontribusi pajak terhadap PAD adalah menurunnya dukungan keuangan daerah terhadap pembangunan dan kebijakan daerah lainnya.
23.	Hudi (2022)	Pengelolaan Pajak Reklame: Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah	AS-SIYASI: Journal of Constitutional Law, Vol.2, Nomor 1, Juni 2022 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan gambaran dan pemahaman kaitannya dengan pendapatan dan	Pengelolaan pajak daerah sangat kompleks. Pengelolaan pajak di daerah sudah baik, namun

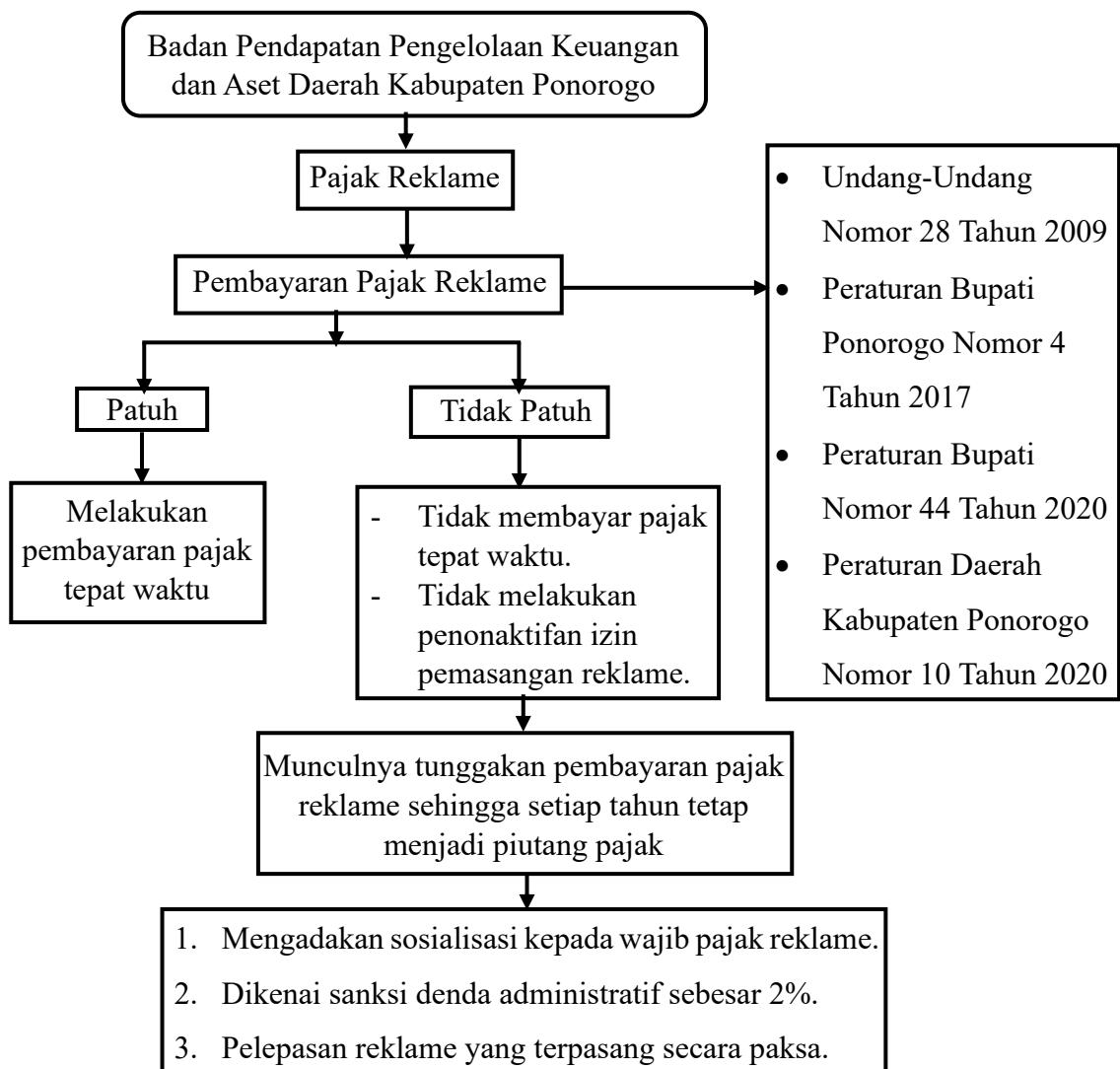
				<p>pengelolaan pajak daerah serta pengumpulan data peneliti menggunakan data primer, sekunder, dan tersier.</p>	<p>masih ada beberapa yang menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah daerah. Salah satunya adalah pengawasan harus ditingkatkan agar pendapatan pajak reklame tidak lagi kecolongan.</p>
24.	Wowor et al. (2022)	<p>Analisis Perbandingan Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Tomohon Dan Kabupaten Minahasa</p>	<p>Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum), Vol.5, Nomor 2, Januari-Juni 2022 (Terindeks Jurnal Nasional)</p>	<p>Penelitian dilakukan pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Asset Daerah (DPPKAD) Kabupaten Minahasa dengan menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif serta menggunakan metode analisis deskriptif.</p>	<p>Penerimaan pajak reklame sudah sangatlah efektif untuk Kabupaten Minahasa dimana tingkat efektivitas yang dimiliki oleh Kabupaten Minahasa terus meningkat, sedangkan kontribusi pajak reklame untuk Kota Tomohon dan Kabupaten Minahasa</p>

					masih sangatlah kurang,
25.	Arko & Syafri (2017)	Evaluasi Pelaksanaan Pembayaran Pajak Reklame Di Uptd Dinas Pendapatan Daerah Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis	PUBLIKa, Vol.3, Nomor 1, 2017 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan pada UPTD Dinas Pendapatan Daerah Kecamatan Bengkalis dengan menggunakan jenis data primer dan sekunder.	Dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa dalam pelaksanaan pembayaran pajak reklame, wajib pajak kurang mendapatkan sosialisasi dari UPTD Dispenda sehingga masyarakat kurang mengetahui aturan yang mengatur tentang pajak reklame.
26.	Pulungan (2020)	Analisis Penerimaan Pajak Reklame Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Medan Pada Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan.	Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol.2, Nomor 1, Juni 2020 (Terindeks Jurnal Nasional)	Penelitian dilakukan pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif serta data sekunder berupa hasil wawancara	Kontribusi penerimaan pajak reklame pada Badan Penerimaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan dalam meningkatkan PAD masih sangat kurang. Hal ini dikarenakan realisasi penerimaan

				dan target dan realisasi pajak reklame.	pajak reklame belum sesuai target dan tidak efektif karena peraturan baru memberatkan perusahaan reklame.
--	--	--	--	---	---

B. Kerangka Teoritis

Badan Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Ponorogo merupakan instansi yang menangani pelayanan pajak daerah, salah satunya yaitu pajak reklame. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dengan staf bidang pajak reklame, data penerimaan pajak reklame, serta data wajib pajak reklame. Dari data-data tersebut peneliti selanjutnya menganalisis bagaimana tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak reklame di Kabupaten Ponorogo. Hasil analisis tersebut akan digunakan untuk membuat rekomendasi penyelesaian atas permasalahan yang sudah dijelaskan pada latar belakang. Untuk memberikan gambaran yang sistematis, berikut ini peneliti sajikan kerangka berfikir dan pedoman dalam penelitian.



Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pemikiran Penelitian