

**IMPLEMENTASI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN  
PEMBAYARAN PAJAK REKLAME PADA BADAN PENDAPATAN  
DAERAH KOTA PADANG**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Pajak  
(DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



**Oleh:**

**AUREL GUSTIANORA**

**NIM.19233020**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PAJAK  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2022**

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**IMPLEMENTASI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN  
PEMBAYARAN PAJAK REKLAME PADA BADAN PENDAPATAN  
DAERAH KOTA PADANG**

Nama : Aurel Gustianora  
NIM : 19233020  
Program Studi : Manajemen Pajak (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Padang, 18 Agustus 2022

Diketahui Oleh  
Koordinator Program Studi  
D3 Manajemen Pajak

Disetujui Oleh  
Pembimbing



Chichi Andriani, SE,MM  
NIP. 19840107 200912 2 003



Erly Mulvani SE,M.Si,Ak  
NIP. 19781204 200801 2 011



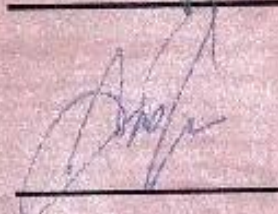
**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**IMPLEMENTASI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN  
PEMBAYARAN PAJAK REKLAME PADA BADAN PENDAPATAN  
DAERAH KOTA PADANG**

**Nama** : Aurel Gustianora  
**NIM** : 19233020  
**Program Studi** : Manajemen Pajak (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir**  
**Program Studi Diploma DIII Manajemen Pajak**  
**Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**

**Padang, Agustus 2022**

<b>Nama</b>	<b>Tim Penguji</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. Erly Mulyani, SE, M.SIAk	(Ketua)	 _____
2. Rahmiati, SE, M.Sc	(Anggota)	 _____
3. Arief Maulana, SE, MM	(Anggota)	 _____

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aurel Gustianora  
Thn. Masuk/NIM : 2019/19233020  
Tempat/Tgl. Lahir : Solok/ 12 Oktober 2000  
Program Studi : DIII Manajemen Pajak  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Padang

Judul Tugas Akhir : **Implementasi Strategi Dalam Meningkatkan Pembayaran Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 5 Agustus 2022

Yang menyatakan,



*Aurel Gustianora*  
Aurel Gustianora

NIM. 19233020

## **ABSTRAK**

**Aurel Gustianora (19233020) : Implementasi Strategi Dalam Meningkatkan Pembayaran Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.**

**Pembimbing : Erly Mulyani, S.E, M.Si. Ak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi, kendala, serta prosedur yang dilakukan dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang. Bentuk penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggambarkan tentang implementasi strategi dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi, data diolah menjadi sebuah informasi dan pengetahuan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Data yang dikumpulkan langsung dengan narasumber dari instansi terkait, berupa data target dan realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2017-2021, data jumlah reklame berdasarkan jenisnya dan data jumlah wajib pajak reklame tahun 2017-2021. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah diterapkan strategi yang dibuat oleh kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame ternyata belum cukup optimal, terlihat dari target dan realisasi penerimaan pajak reklame dimana target yang dibuat tidak selalu tercapai dan persentasenya yang mengalami fluktuasi atau naik turun.

***Kata Kunci : Implementasi Strategi, Pembayaran, Pajak Reklame***

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu.

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul **“Implementasi Strategi Dalam Meningkatkan Pembayaran Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang”**. Tugas Akhir ini merupakan prasyarat yang harus dipenuhi sebagai pelengkap mata kuliah dan untuk dapat menyelesaikan program studi Diploma III Manajemen Pajak pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan motivasi baik moral maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **ALLAH SWT** yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran serta kesehatan kepada penulis dari memulai hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini, serta baginda Rasulullah **Muhammad SAW** sebagai motivasi penyemangat penulis lewat kisah-kisah hidup beliau.
2. Orang tua tercinta, Ayahanda **Gusti Venus** dan Ibunda **Dia Nora Eka Putri Yani** yang menjadi panutan penulis untuk selalu bersemangat serta selalu setia menemani, memotivasi dan membantu, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
3. Bapak **Prof. Ganefri, Ph, D** selaku Rektor Universitas Negeri Padang.
4. Bapak **Dr. Idris, M. Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu **Chichi Andriani, SE, MM** selaku Ketua Prodi Manajemen Pajak.
6. Bapak **Abror, SE, ME, Ph.D** selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama perkuliahan.

7. Ibu **Erly Mulyani, SE, M.Si.** selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing penulis hingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
8. Bapak/Ibu selaku tim penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk memperbaiki kesempurnaan Tugas Akhir.
9. Bapak/Ibu **Dosen, Staf Pengajar** dan **Karyawan** Program Studi Diploma III Manajemen Pajak Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
10. Pustakawan/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
11. Kepala Badan Pendapatan Daerah Kota Padang beserta karyawan yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis selama melakukan observasi di Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.
12. Sahabat Rahmi, Wenzhi, Fadia, Shazqia, Rani, Suci, Puja, Rachel, Anita, Nadia, Tika, dan Vira yang telah berkontribusi memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Keluarga Manajemen Pajak 2019 yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Dengan lapang dada penulis menerima kritik dan saran yang bersifat memberi pengarahannya untuk menuju perbaikan laporan ini. Mudah-mudahan laporan ini bermanfaat untuk kita semua.

Padang, 5 Agustus 2022

Aurel Gustianora  
2019/19233020

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Pajak Daerah .....	9
1. Pengertian Pajak Daerah .....	9
2. Jenis Pajak Daerah.....	9
3. Sistem Pemungutan Pajak Daerah .....	12
B. Pajak Reklame.....	13
1. Pengertian Pajak Reklame.....	13
2. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame.....	14
3. Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame .....	14
4. Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame.....	17
5. Masa Pajak, Tahun Pajak, Saat Terutang Pajak Reklame. ....	19
C. Strategi.....	21
1. Definisi Strategi.....	21
2. Unsur – Unsur Strategi.....	22
3. Fungsi dari Strategi.....	22
D. Manajemen Strategi .....	23
1. Definisi Manajemen Strategi .....	23
2. Elemen – Elemen dari Manajemen Strategi .....	24

E.	Standar Operasional Prosedur .....	25
1.	Pengertian Standar Operasional Prosedur .....	25
2.	Tujuan dan Fungsi Standar Operasional Prosedur (SOP) .....	25
F.	Sistem Pengendalian Internal .....	27
1.	Definisi Sistem Pengendalian Internal .....	27
2.	Unsur-Unsur Sistem Pengendalian Internal .....	27
<b>BAB III PENDEKATAN PENELITIAN.....</b>		<b>29</b>
A.	Bentuk Penelitian .....	29
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
C.	Rancangan Penelitian.....	29
1.	Jenis Penelitian .....	29
2.	Tahap Penelitian .....	30
3.	Objek Penelitian .....	32
4.	Sumber Data.....	33
5.	Teknik Analisis Data.....	33
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
A.	Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	36
1.	Sejarah Perusahaan .....	36
2.	Visi dan Misi Badan Pendapatan Daerah Kota Padang .....	37
3.	Logo Badan Pendapatan Daerah Kota Padang .....	39
4.	Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Padang .....	41
B.	Pembahasan.....	58
1.	Hasil Wawancara.....	58
2.	Pembahasan Berdasarkan Teori.....	67
<b>BAB VPENUTUP.....</b>		<b>69</b>
A.	Kesimpulan .....	69
B.	Saran.....	70
<b>Daftar Pustaka .....</b>		<b>71</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. Jenis Reklame dan Jumlah Reklame Tahun 2017-2021.....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 2. Data Jumlah Wajib Pajak Reklame di Badan Pendapatan Daerah Kota Padang Tahun 2017-2021.....</b>	<b>4</b>
<b>Tabel 3. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Padang Tahun 2017-2021.....</b>	<b>62</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

- Gambar 1. Logo Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.....40**
- Gambar 2. Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Padang....43**

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. Surat Pengajuan Observasi.....</b>	<b>73</b>
<b>Lampiran 2. Surat Rekomendasi.....</b>	<b>74</b>
<b>Lampiran 3. Rekapitulasi Jumlah Wajib Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.....</b>	<b>75</b>
<b>Lampiran 4. Rekapitulasi Target dan Realisasi Penerimaan Badan Badan Pendapatan Daerah Kota Padang Tahun 2017-2021.....</b>	<b>76</b>
<b>Lampiran 5. Formulir Pendaftaran Pemilik &amp; Perusahaan Reklame.....</b>	<b>77</b>
<b>Lampiran 6. Perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR) &amp; Besaran Pokok Pajak.....</b>	<b>78</b>
<b>Lampiran 7. Transkrip Wawancara di Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.....</b>	<b>79</b>
<b>Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian di Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.....</b>	<b>82</b>

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Negara membutuhkan pendapatan yang besar untuk meningkatkan sektor pembangunan nasional yang merata serta mensejahterakan kehidupan rakyatnya. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan pungutan berupa pajak kepada masyarakat. Pajak merupakan salah satu penerimaan negara yang digunakan dalam pembangunan nasional untuk kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat dalam menyongsong kemajuan bangsa dan negara.

Dalam hal ini pemerintah perlu meningkatkan pengelolaan pajak negara dengan baik agar optimalisasi pajak dapat terealisasi dengan memperkenalkan kebijakan otonomi daerah. Dengan adanya otonomi daerah yang diberlakukan mulai tanggal 1 Januari 2001, pemerintah daerah dapat berupaya untuk mencari sumber penerimaan daerah guna meningkatkan pendapatan daerah untuk mendukung pembiayaan pengeluaran dan pembangunan daerah.

Pendapatan Asli Daerah terdiri dari pajak daerah dan retribusi daerah, keuntungan usaha milik daerah, dan lain-lain. Pendapatan Asli Daerah yang berasal dari pembagian Pendapatan Asli Daerah (PAD), dana perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (Perda), pemungutan dilaksanakan oleh daerah dan hasilnya digunakan

untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah.

Salah satu pajak daerah yang berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Padang adalah Pajak Reklame. Sejauh ini, reklame masih menjadi cara yang efektif untuk tujuan memperkenalkan atau mempromosikan barang, jasa, orang atau badan yang dapat diketahui oleh khalayak umum. Reklame bisa berbentuk papan, reklame peragaan, reklame selebaran, stiker, kain, reklame berjalan dan lain sebagainya. Selain itu reklame juga difungsikan untuk menganjurkan atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu yang diperlihatkan.

Dalam menyelenggarakan pajak reklame tersebut, pemerintah daerah melalui Badan Pendapatan Daerah harus mengawasi proses pelaksanaan pajak reklame ini sesuai dengan Peraturan Pemerintah dan Peraturan Daerah yang telah ditetapkan. Dengan survei data awal yang penulis lakukan di Badan Pendapatan Daerah Kota Padang, di instansi yang menangani pembayaran pajak reklame yaitu di bidang Pelayanan dan Pengembangan Pendapatan Daerah, masih banyak dari wajib pajak yang tidak tahu bagaimana proses dari pembayaran pajak reklame berdasarkan jenis dari reklame tersebut, baik itu dari wajib pajak yang baru maupun wajib pajak yang lama dengan alasan lupa. Berikut tabel dari jumlah reklame berdasarkan jenisnya yang ada di Badan Pendapatan Daerah Kota Padang pada tahun 2017-2021.

**Tabel 1. Jenis Reklame dan Jumlah Reklame Tahun 2017 – 2021**

Tahun	Kain	Bersinar	Papan	Kendaraan
2017	361	691	646	25
2018	315	664	344	16
2019	305	465	494	33
2020	207	604	428	34
2021	279	617	690	34

*Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Padang*

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa jumlah reklame yang ada di Kota Padang pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang berdasarkan jenisnya mengalami naik turun. Dalam hal tersebut tentunya akan mempengaruhi penerimaan pendapatan pajak reklame. Hal ini dikarenakan banyaknya permasalahan yang ditemukan dalam pengelolaan pajak reklame, diantaranya terjadi karena masih banyak reklame liar yang tidak berizin, masih terdapat perizinan pemasangan yang sudah jatuh tempo tetapi tidak memperpanjang perizinannya. Maka dari itu Badan Pendapatan Daerah Kota Padang harus mencabut reklame tersebut.

Kurangnya kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak, perlu dilakukan kordinasi yang baik antara petugas yang diperintahkan untuk melakukan pengelolaan pajak reklame dalam perizinan, pemungutan, pengawasan dan pencabutan reklame, guna menciptakan ketertiban dalam penyelenggaraan pajak reklame untuk meningkatkan pembayaran dan mengoptimalkan penerimaan pajak daerah melalui pajak reklame. Berikut jumlah wajib pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.

**Tabel 2. Data Jumlah Wajib Pajak Reklame di Badan Pendapatan Daerah Kota Padang Tahun 2017 – 2021**

No	Tahun	WajibPajak	Aktif	Non Aktif
1	2017	471	431	40
2	2018	466	400	66
3	2019	400	390	10
4	2020	400	265	135
5	2021	404	365	39

*Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Padang*

Dari tabel 2 diatas dapat kita lihat data jumlah wajib pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kota Padang mengalami penurunan. Hal ini membuktikan bahwa wajib pajak yang membayar pajak reklame semakin berkurang. Pada tahun 2017 jumlah wajib pajak reklame yang terdaftar sebesar 471 akan tetapi yang aktif membayar pajak reklame hanya 431 dan wajib pajak yang tidak membayar sebesar 40, turun menjadi 466 pada tahun 2018 akan tetapi yang aktif membayar hanya 400 dan yang tidak sebesar 66 wajib pajak. Pada tahun 2019 jumlah wajib pajak reklame turun menjadi 400, yang aktif membayar sebesar 390 dan yang tidak sebesar 10 wajib pajak. Ditahun 2020 jumlah wajib pajak yang terdaftar tetap sama dengan 2019 yaitu sebesar 400 akan tetapi wajib pajak yang aktif membayar sangat menurun yaitu sebesar 265 dan yang tidak membayar sebesar 135.

Menurut Ibu Nurul selaku staff administrasi pajak pada kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang, banyaknya wajib pajak yang tidak membayar pada tahun 2020 tersebut dikarenakan adanya fenomena covid 19 yang terjadi di Kota Padang yang membuat penghasilan dari wajib pajak semakin berkurang dan mengakibatkan wajib pajak dari penyelenggaraan

reklame tersebut, tidak membayarkan pajak reklamnya dengan alasan belum mempunyai uang. Namun pada tahun 2021 jumlah wajib pajak yang terdaftar sedikit mulai meningkat menjadi 404 dengan yang aktif membayar sebanyak 365 dan yang tidak sebesar 39 wajib pajak. Hal ini dapat dilihat dari wajib pajak yang terdaftar tidak semuanya yang memenuhi kewajibannya untuk membayarkan pajak reklamnya, hal itu terjadi karena ada dari wajib pajak yang hanya mendaftar tetapi tidak melanjutkan untuk membayarnya dan reklame yang sudah didaftarkan tersebut yang sudah berjalan, tetapi ketika reklame sudah lewat jatuh tempo penyelenggara reklame masih tetap menayangkan reklamnya dengan tidak membayar perpanjangan masa tayang reklame tersebut.

Menurut Ibu Devi salah satu petugas pajak di bidang Pendataan dan Penetapan pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang, salah satu penyebab menurunnya jumlah wajib pajak dikarenakan telah memiliki kebijakan atau peraturan tentang larangan reklame yang menayangkan iklan rokok. Diberlakukannya Peraturan Wali Kota Padang Nomor 46 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame, dimana pada pasal 33 ayat 3 disebutkan, setiap penyelenggara reklame dilarang menyelenggarakan reklame dengan konten yang mengandung unsur pornografi, pornoaksi, produk tembakau, atau minuman beralkohol. Konsekuensinya, Pemko Padang harus kehilangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersumber dari pajak reklame rokok tersebut.

Dengan berkurangnya jumlah wajib pajak reklame, tentunya akan mempengaruhi pendapatan pajak reklame tersebut. Dalam hal ini Badan Pendapatan Daerah Kota Padang perlu melakukan implementasi strategi untuk meningkatkan pembayaran pajak reklame oleh orang pribadi atau badan supaya meningkat dan optimalnya target dan realisasi penerimaan pajak daerah dari objek pajak reklame.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk membahas tentang strategi dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang, maka peneliti bermaksud menyusun tugas akhir yang berjudul **“Implementasi Strategi Dalam Meningkatkan Pembayaran Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti akan merumuskan permasalahan yang akan dibahas pada tugas akhir ini yaitu:

1. Bagaimana strategi dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame ?
3. Bagaimana prosedur pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dibahas, maka penelitian ini mempunyai tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame.
3. Untuk mengetahui prosedur pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a Melatih kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian secara ilmiah dan sekaligus menuangkan hasil penelitian tersebut kedalam bentuk tulisan.
- b Dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan kepada praktek di lapangan.
- c Memperluas ilmu pengetahuan peneliti di bidang manajemen pajak.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai implementasi strategi dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang. Serta untuk

mendapatkan gelar Ahli Madya program studi DIII Manajemen Pajak Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

- b Bagi akademis, dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c Bagi wajib pajak, dapat meningkatkan kesadaran dalam menjalankan kewajiban membayar pajak reklame.
- d Bagi dinas terkait, untuk dijadikan masukan mengenai tindakan yang diambil guna mengetahui bagaimana implementasi strategi dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Padang dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame yaitu, mencari wajib pajak sebanyak-banyaknya, memberikan surat teguran, dan melakukan pembongkaran. Hasil dari penerapan strategi yang dilakukan tersebut belum optimal, target tidak selalu tercapai dan persentasenya mengalami fluktuasi atau naik turun.
2. Kendala yang dialami oleh Badan Pendapatan Daerah Kota dalam meningkatkan pembayaran pajak reklame yaitu, tingkat kesadaran wajib pajak reklame masih kurang, karena masih ada wajib pajak yang melakukan pemasangan reklame tetapi tidak melapor terlebih dahulu, dan masih ada wajib pajak yang lalai dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, dan tingkat pengetahuan wajib pajak reklame masih rendah.
3. Prosedur pembayaran pajak reklame yang di buat oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Padang sudahsesuai dengan standar operasional prosedur dan mudah untuk diketahui oleh wajib pajak dengan cara mencarinya melalui *google*.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dalam penelitian ini diajukan beberapa saran untuk dipertimbangkan:

1. Dalam mengatasi kendala untuk meningkatkan strategi melalui pengetahuan serta kesadaran dari wajib pajak untuk membayarkan pajak reklamenya, pihak Badan Pendapatan Daerah Kota Padang harus lebih aktif lagi dalam melaksanakan pembinaan dengan cara penyuluhan dan sosialisasi mengenai reklame terhadap wajib pajak, baik itu secara langsung ataupun melalui media sosial agar wajib pajak mengetahui informasi secara menyeluruh.
2. Diajukan untuk beberapa wajib pajak penyelenggara reklame yang masih belum sadar dengan kewajibannya membayar pajak, diharapkan agar lebih meningkatkan kesadaran dan keaktifan dalam membayar pajak reklame sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

## Daftar Pustaka

- Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang. *Rekapitulasi Pendapatan Penerimaan Pajak Reklame Pada Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang Tahun 2017-2021*.
- Siahaan, Marihot P. 2016. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Mardiasmo. 2016. *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Peraturan Wali Kota Padang Nomor 89 Tahun 2021 Pasal 4 dan Pasal 6 Tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame.
- Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 8 Tahun 2011 Pasal 11 Tentang Pajak Daerah.
- Assauri, Sofjan. 2016. *Strategic Management*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Mulyadi, Edy. 2005. Jurnal Sosial dan Pembangunan. *Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang menderita kerugian)*, 21.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani dan Hendrayadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan ekonomi Islam*. Jakarta : Kencana.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Peraturan Wali Kota Padang Nomor 46 Tahun 2017 Pasal 33 ayat 3 Tentang Penyelenggaraan Reklame.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Bapenda. 2018. Tata Cara Penerbitan SKPD Pajak Reklame. Akses online <https://bapenda.padang.go.id/wp-content/uploads/sop/SOP%202019%20-%20Tata%20Cara%20Penerbitan%20SKPD%20Pajak%20Reklame>. Diakses pada 14 Juli 2022 pukul 10.30 wib.
- Purnamasari. 2015 *Panduan Menyusun SOP (Standar Operating Proedure)*. Jakarta: Kobis (Komunitas Bisnis).
- .