

**TINJAUAN STRATEGI PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PAJAK
REKLAME DI KOTA BUKITTINGGI**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

FAKHRUR RAZI KHAIR
NIM. 19233028

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN
PAJAK FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

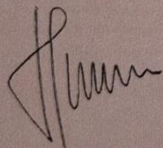
TINJAUAN STRATEGI PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PAJAK REKLAME DI KOTA BUKITTINGGI

Nama : Fakhurur Razi Khair
Nim : 19233028
Program Studi : Manajemen Pajak
(DIII)Fakultas : Ekonomi Bisnis

Padang, September 2024

Disetujui Oleh :

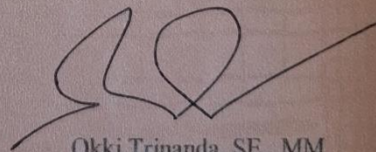
Koordinator Program Studi
Diploma III Manajemen Pajak



Firman, SE, M.Sc
NIP. 19800206 200312 1 004

Disetujui Oleh :

Pembimbing Tugas Akhir



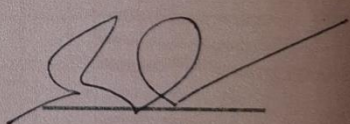
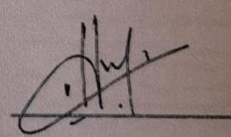
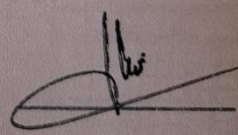
Okki Trinanda, SE, MM
NIP. 19831012 201504 1 000

PENGESAHAN TUGAS AKHIR**TINJAUAN STRATEGI PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PAJAK
REKLAME DI KOTA BUKITTINGGI**

Nama : Fakhrrur Razi Khair
Nim : 19233028
Program Studi : Manajemen Pajak
(DIII)Fakultas : Ekonomi Bisnis

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

Padang, September 2024

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Okki Trinanda, SE., MM	(Ketua)	
2. Astri Yuza Sari, S.E., M.M.	(Anggota)	
3. Mike Yolanda, SP, MM	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fakhrur Razi Khair
Thn. Masuk/NIM : 2019/19233028
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/15 Juli 2001
Program Studi : DIII Manajemen Pajak
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jln. Dr. Moh. Hatta. Kel. Pasar Ambacang no. 6 Kec.
Kuranji, Kota Padang, Prov. Sumatera Barat
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Pajak
Reklame di Kota Bukittinggi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan masalah dari pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atas 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 serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 02 September 2024

Yang Menyatakan



Fakhrur Razi Khair

NIM. 19233028

ABSTRAK

Fakhrur Razi Khair : Tinjauan Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Pajak Reklame Di Kota Bukittinggi

Pembimbing : Okki Trinanda, S.E., M.M.

Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang diterima oleh Badan Keuangan Daerah di Kota Bukittinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan strategi pemerintah dalam meningkatkan pajak reklame di Kota Bukittinggi.

Selanjutnya, bentuk penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan data target dan realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2019-2023. Setelah data tersebut dikumpulkan, data diolah dan dianalisis menjadi informasi dan pengetahuan yang berhubungan dengan masalah yang telah diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa tinjauan strategi pemerintah dalam meningkatkan pajak reklame di Kota Bukittinggi yang diterima oleh Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi. Pertama, Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi menggunakan sebuah sistem aplikasi secara H2H (*Host to Host*) untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame. Kedua, Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi mengevaluasi baik secara internal maupun eksternal serta melakukan sosialisasi dan menginformasikan kepada seluruh masyarakat ketika wajib pajak tidak taat pajak dengan tegas akan diberikan sanksi sesuai dengan ketentuan serta aturan yang berlaku. Ketiga, Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi membuat rencana jangka panjang yaitu dengan menggunakan sistem informasi SPPD (Sistem Pengelolaan Pendapatan Daerah).

A. Kata Kunci: Pajak, Reklame, Strategi

ABSTRACT

Fakhrur Razi Khair : *Contemplation of Government's Strategy in Increasing Advertisement Tax in Bukittinggi City*

Advisor : Okki Trinanda, S.E., M.M.

Advertisement tax is one of taxes that received by Badan Keuangan Daerah (BKD) in Bukittinggi City. This research aimed to know how the contemplation of government's strategy in increasing advertisement tax in Bukittinggi City.

Furthermore, this research was descriptive with collecting data through interview and data of target and realization receiving advertisement tax in 2019-2023. After collecting the data, the data was processed and analyzed to be information and knowledge related to this research problems.

Based on the result of this research, it showed that there were several government's strategies in increasing advertisement tax in Bukittinggi City that received by BKD of Bukittinggi city. First, BKD of Bukittinggi city used an application system H2H (Host to Host) to increase receiving advertisement tax. Second, BKD of Bukittinggi city evaluated internal either external and also did a socialization and informed to all of the citizens when tax payers did not obey taxes strictly, would be given sanctions in accordance with the applicable provisions and regulations. Third, BKD of Bukittinggi city made a long planning, it was with using an information system SPPD (Sistem Pengelolaan Pendapatan Daerah).

Keywords: Advertisement, Strategy, Tax

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. 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 **“TINJAUAN STRATEGI PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PAJAK REKLAME DI KOTA BUKITTINGGI”**. 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 dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dan motivasi baik moral maupun materiil 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 **Hendri** dan Ibunda **Nelyuliza** yang tidak hentinya memberi kasih sayang, mendoakan, memberi semangat, motivasi, dan dukungan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar.
3. Adik tersayang, **Mifthahul Jannah** dan **Raudhahtul Nurhazizah** yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan, memberikan semangat, dukungan, dan menghibur penulis saat putus asa.
4. Bapak **Dr. Ir. Krismadinata, S.T., M.T.** selaku Rektor Universitas Negeri Padang.
5. Bapak **Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph. D** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Bapak **Firman, SE, M.Sc** selaku Ketua Prodi Diploma III Manajemen Pajak.

7. Ibu **Whyosi Septrizola, SE, MM** selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama perkuliahan.
8. Bapak **Okki Trinanda, S.E., M.M** selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing penulis hingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
9. Bapak/Ibu selaku tim penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk memperbaiki kesempurnaan Tugas Akhir.
10. Bapak/Ibu **Dosen, Staf Pengajar, dan Karyawan** Program Studi Diploma III Manajemen Pajak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
11. Kepala Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi beserta karyawan yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis selama melakukan observasi di Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi.
12. Sahabat-sahabat terbaik, **Agung, Ipaik, Rapi, Dinda, Cipa, Rayhan, Atu, Rezi, Ghina, Karlin** yang telah berkontribusi memberikan semangat, motivasi, hiburan, dan selalu menyempatkan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Keluarga Manajemen Pajak 2019 yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir 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 Tugas Akhir ini. Mudah-mudahan Tugas Akhir ini bermanfaat untuk kita semua.

Padang, September 2024

Yang menyatakan

Fakhrur Razi Khair

NIM. 19233028

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Strategi	9
1. Definisi Strategi	9
2. Fungsi Strategi	11
3. Dimensi Strategi.....	12
4. Karakteristik Manajemen Strategi	13
B. Pajak Daerah	14
1. Pengertian Pajak Daerah	14
2. Jenis Pajak Daerah	15

C. Pajak Reklame.....	16
1. Pengertian Pajak Reklame	16
2. Dasar Hukum Pajak Reklame	17
3. Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame.....	18
4. Subjek dan Wajib Pajak Reklame	20
5. Dasar Pengenaan Pajak Reklame	21
D. Sistem Pemungutan Pajak Reklame	23
E. Pengukuran Penerimaan Pajak Reklame	26
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN.....	27
A. Bentuk Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Rancangan Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Tahapan Penelitian.....	28
D. Objek Penelitian.....	30
E. Sumber Data.....	30
F. Teknik Analisis Data	31
G. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi	32
BAB IV PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum.....	33
1. Sejarah BKD Kota Bukittinggi	33
2. Struktur Organisasi BKD Kota Bukittinggi	35
3. Tugas Pokok dan Fungsi BKD Kota Bukittinggi.....	38
4. Jenis dan Bentuk Pelayanan Yang Diberikan	44

5. Keluaran Pelayanan.....	45
B. Hasil Penelitian	45
C. Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2019-2023.....	5
Tabel 4.1 Jumlah Pegawai Negeri Sipil Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Realisasi Target Penerimaan Pajak Reklame di Kota Bukittingi	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi	35
---	----

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya, dalam menjalankan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan Negara, dibutuhkan dana yang tidak sedikit untuk melaksanakan pembangunan tersebut. Pembangunan suatu Negara merupakan aspek penting untuk meningkatkan perekonomian Negara (Bahamid & Wahyudi, 2018). Indonesia merupakan Negara yang memiliki banyak pulau dan daerah-daerah, sehingga di Indonesia terdapat otonomi daerah.

Pemerintah pusat memandang pemerintah daerah selaku rekan kerja sama dalam penerapan tugas otonomi daerah. Otonomi daerah ialah hasil pembaruan yang hendak dialami oleh setiap daerah di Indonesia khususnya kota dan kabupaten selaku unit pelaksana otonomi daerah. Demi mewujudkan otonomi wilayah, pemerintah mesti bertindak segera, salah satunya melalui upaya pengembangan penerimaan pajak

Menurut Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan No.16 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 1 Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada Negara yang terutang oleh 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. Oleh karena itu, hal ini diharapkan kepada masyarakat untuk dapat berperan aktif dalam memberikan kontribusinya demi meningkatkan

pendapatan suatu Negara. Penerimaan pajak sangat penting bagi suatu negara karena pajak merupakan sumber penerimaan terbesar bagi negara. Penerimaan yang begitu besar dari sektor pajak nantinya akan digunakan sebagai sumber pendanaan pembangunan.

Disamping itu, pemerintah daerah berupaya meningkatkan pembangunan daerah di segala bidang. Peningkatan yang direncanakan oleh pemerintah daerah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, sehingga pemerintah membutuhkan setidaknya dana yang mencukupi untuk meningkatkan pembangunan. Pembangunan yang dilaksanakan pemerintah ditujukan untuk kemakmuran masyarakat, termasuk penyelenggaraan pajak reklame.

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Menurut Rahayu (2010:41), pajak reklame adalah pajak yang ditunjukkan kepada orang pribadi atau badan yang melakukan pemasangan. Selain itu, pajak reklame juga merupakan satu dari pajak daerah yang berkontribusi menjadi sumber penerimaan dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang pajaknya dipakai kepada tiap perorangan atau badan atas berdirinya media reklame yang bertujuan dalam mempromosikan atau mengiklankan sebagai penarik perhatian banyak orang yang melihat kepada barang atau jasa yang sedang ditayangkan dalam media reklame tersebut (Utomo & Wiwoho, 2017) dalam (Muticara, dkk., 2022). Mardiasmo dalam (Tombakan, dkk., 2019) mengatakan, pajak reklame ialah iuran wajib yang penyelenggaraannya atau berdirinya media reklame, lalu objek pajak pada pemungutan reklame merupakan semua wajib pajak, baik itu wajib

pajak badan maupun wajib pajak perorangan yang mendirikan reklame tersebut dengan berbagai macam bentuk media, kecuali reklame yang didirikan oleh pemerintah tidak dikenakan pungutan atas pajak reklamenya.

Selanjutnya, Herfina & Sari (2024) menyampaikan bahwa pajak reklame dibagi menjadi atas 2 jenis yakni objek pajak reklame dan bukan objek pajak reklame. Bentuk objek pajak reklame ialah (1) Reklame Papan/Billboard, (2) Reklame megatron/videotron/large electric Display (LED), (3) Reklame Neonbox, (4) Reklame Kain, (5) Reklame Stiker atau Melekat, (6) Reklame Selebaran, (7) Reklame Berjalan, (8) Reklame Udara, (9) Reklame Apung, (10) Reklame Suara Reklame Film/Slide, dan (11) Reklame Peragaan.

Sedangkan, bentuk bukan objek pajak reklame yaitu (1) penyelenggara reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya, (2) label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, (3) nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi yang diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut, (4) reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah, dan (5) penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan adakah khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

Selanjutnya, pajak reklame Kota Bukittinggi merupakan salah satu bayaran yang wajib dibayar untuk memperoleh izin guna

menyelenggarakan reklame di Kota Bukittinggi. Merujuk pada hasil penelitian Rosa, Sovita, dan Abdilla (2020), Kota Bukittinggi terkenal dengan berbagai macam objek wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik dan manca negara sehingga PAD kota Bukittinggi terbesar berasal dari industri pariwisata dengan pajak daerah berasal dari pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan dan pajak Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPTHB) diatur dalam Peraturan Daerah No. 5 / 2012 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sehingga pariwisata dipandang sebagai sumber daya potensial (Wardiyanto, 2011) yang mampu menghasilkan *multiplier effect* tinggi.

Dalam pajak reklame, reklame biasanya ditandai pada media reklame besar yang ditempatkan di daerah yang kerap didatangi para wisatawan seperti di pinggiran jalan. Tentunya hal ini membutuhkan promosi yang tidak sedikit dalam hal penyampaian himbauan dan informasi yang akan diberikan. Oleh sebab itu, pemerintah Kota Bukittinggi mesti merespon dengan meningkatkan penerimaan penyelenggaraan pajak reklame.

Pemerintah Kota Bukittinggi memungut bermacam-macam jenis pajak daerah yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Saat menetapkan target pajak, pemerintah Kota Bukittinggi selalu memperhatikan aspek penting yang mempengaruhi pendapatan keuangan daerah secara keseluruhan dari kondisi ekonomi daerah Kota Bukittinggi tersebut. Penerimaan pajak Kota Bukittinggi berasal dari

berbagai jenis pajak, salah satunya merupakan pajak reklame. Dari perkembangan ekonomi Kota Bukittinggi tersebut, berbagai usaha berkembang dengan pesat, dapat diketahui dari banyaknya badan usaha atau dagang yang didirikan di Kota Bukittinggi. Dari perkembangan tersebut, penerimaan pajak reklame Kota Bukittinggi pastinya mempunyai potensi besar, sebab setiap individu serta badan usaha hendak menggunakan fasilitas periklanan/reklame guna mempromosikan berbagai macam aktivitas usaha produk.

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2019-2023

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2019	1.500.000.000	1.232.893.250	82,19%
2020	750.000.000	847.491.000	113,00%
2021	500.000.000	649.850.050	129,97%
2022	860.800.000	967.282.188	112,37%
2023	999.354.321	1.022.393.497	102,31%

Sumber: Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 sampai 2023 realisasi penerimaan pajak reklame telah mencapai target yang maksimal. Pada tahun 2019, realisasi pajak reklame tidak memenuhi target yang telah ditetapkan sehingga menempati posisi terendah selama 5 tahun belakangan ini. Selanjutnya, pada tahun 2020 dan 2021 terjadinya penurunan target pajak reklame karena pada tahun-tahun tersebut terjadi

sebuah wabah yang terjadi secara global yakni Covid-19. Namun, tetap memenuhi lebih dari 100% dari

target yang telah ditentukan. Penerimaan pajak reklame di Kota Bukittinggi terus menurun dari tahun 2021 dengan persentase 129,97 % hingga tahun 2023 dengan persentase 102,31%. Dapat diartikan bahwa, adanya penurunan penerimaan pajak reklame di Kota Bukittinggi meski melampaui target yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu, pentingnya untuk meninjau apa saja dan bagaimana strategi pemerintah Kota Bukittinggi dalam menghadapi pajak reklame pada masa-masa kritis secara global tersebut baik sebelum wabah, sedang terjadi, ataupun pasca wabah.

Selanjutnya, Bureni (2018) pada penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor Penyebab Turunnya Penerimaan Pajak Reklame di Kota Kupang” menyampaikan bahwa terjadinya penurunan pajak reklame ditahun 2016 di Kota Kupang disebabkan oleh kontribusi Pajak Reklame yang turun naik pada tiap tahunnya. Pada tahun 2014 Rp.2.083.615.881, pada tahun 2015 Rp.2.644.428.722, dan pada tahun 2016 Rp.2.326.447.989,00. Selain itu, kepatuhan para wajib pajak dalam pembayaran pajak, tingkat kesadaran wajib pajak, sanksi pajak yang berlakukan serta kualitas pelayanan fiskus juga mempengaruhi penurunan penerimaan pajak reklame di Kota Kupang.

Selanjutnya, Junaedi (2024) juga menambahkan bahwa kontribusi dari pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah yang tidak terlalu besar yakni sebesar 1,34 % di tahun 2020. Pada tahun 2021, persentase kontribusi menurun hingga kurang dari 1 % realisasi pendapatan asli

daerah yakni hanya 0,87 % akibat pandemi covid-19. Sama halnya dengan kontribusi pajak reklame terhadap jumlah pajak daerah, kontribusi pada pendapatan asli daerah di tahun 2023 juga tidak mengalami kenaikan nilai persentase dari tahun sebelumnya dengan tetap senilai 1,36 %.

Pada akhirnya, berdasarkan latar belakang diatas dan melihat tingkat penerimaan pendapatan pajak reklame di Kota Bukittinggi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Pajak Reklame Di Kota Bukittinggi”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan pada Tugas Akhir ini adalah masalah bagaimana tinjauan strategi pemerintah dalam meningkatkan pajak reklame di Kota Bukittinggi, guna membatasi permasalahan penelitian yang akan diteliti. Adapun rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tinjauan strategi pemerintah dalam meningkatkan pajak reklame di Kota Bukittinggi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dibahas, maka penelitian ini mempunyai tujuan, yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pemerintah dalam meningkatkan pajak reklame Di Kota Bukittinggi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian ini antara lain :

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan penulis dalam bidang perpajakan dan sebagai suatu penerapan teori manajemen pajak yang telah dipelajari selama ini di dalam aktivitas perkuliahan dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

3. Bagi Instansi

Sebagai masukan dan informasi bagi Badan Keuangan Daerah dan Pendapatan Kota Bukittinggi dalam menyusun manajemen atau strategi dalam meningkatkan pajak reklame.

4. Bagi Pembaca

Memberi informasi tentang bagaimana tinjauan strategi pemerintah dalam meningkatkan pajak reklame di Kota Bukittinggi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi mengenai tinjauan strategi pemerintah dalam meningkatkan pajak reklame di Kota Bukittinggi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi melakukan pendekatan secara persuasif dan mengeluarkan surat teguran kepada pemilik tiang reklame tersebut dan menggunakan sebuah sistem aplikasi secara H2H (*Host to Host*). Meskipun ada beberapa tantangan yang dihadapi tetapi tetap bisa diatasi dengan strategi-strategi tersebut.
2. Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi mengevaluasi baik secara internal maupun eksternal serta melakukan sosialisasi dan menginformasikan kepada seluruh masyarakat ketika wajib pajak tidak taat pajak dengan tegas akan diberikan sanksi sesuai dengan ketentuan serta aturan yang berlaku di Kota Bukittinggi. Sebaliknya, Pemerintah Daerah Kota Bukittinggi akan memberikan suatu bentuk penghargaan yang baik kepada wajib pajak yang taat pajak, bahwa tingkat kenyamanan dan tingkat kunjungan Kota Bukittinggi tentunya berdampak dengan usaha-usaha wajib pajak tersebut.
3. Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi membuat rencana jangka panjang yaitu dengan menggunakan sistem informasi SPPD (Sistem Pengelolaan Pendapatan Daerah) petugas di bidang pendapatan akan membuat sebuah *database* yang mana petugas bisa

melihat semua data tagihan maupun piutang wajib pajak reklame di Kota Bukittinggi untuk menginformasikan kepada wajib pajak reklame tersebut supaya disiplin dan menciptakan kesadaran sebagai wajib pajak reklame di Kota Bukittinggi.

B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai masukan bagi Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi sebagai berikut.

Pertama, bagi pihak Badan Keuangan Daerah agar memberikan sosialisasi yang rutin kepada wajib pajak terkait dengan kebijakan yang akan dikeluarkan yang akan dilaksanakan. Pihak badan keuangan daerah juga harus mempertimbangkan sanksi yang tegas atas pelaksanaan suatu kebijakan sehingga kebijakan tersebut dapat berjalan sesuai yang diharapkan.

Kedua, bagi pihak subjek dan wajib pajak reklame agar senantiasa mendukung setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah karena kebijakan tersebut dilaksanakan untuk kepentingan bersama agar penerimaan pajak daerah dapat dilaksanakan dengan optimal, sehingga berdampak pada pembangunan daerah kearah yang lebih baik

DAFTAR PUSTAKA

- Arsip dan Dokumentasi Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Bukittinggi. Rekapitulasi Realisasi Target Pajak Daerah Pada Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Bukittinggi Tahun 2016-2024.
- Assauri, Sofjan. (2016). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. Edisi Pertama. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bahmid, N. S. & H. Wahyudi. 2018. “Pengaruh Pemungutan Pajak Hotel dan Pajak Hiburan Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan”. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. Volume 18, Nomor 1.
- Bureni, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pada Sektor Parawisata Provinsi Diy Tahun 2013-2018. Skripsi thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Hasibuan, M. S. P. (2000). Organisasi dan Manajemen. Jakarta: Rajawali Press.
- Herfina, M., & Sari, R. P. (2023). Analisis Penerapan Perhitungan Dan Pelaporan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang. Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang, 3(2), 117-123.
- Jauch, L., Glueck, & Wiliiam. (1995). Manajemen Strategi dan Kebijakan Pemisahaan (edisi 3). Erlangga.
- Junaedi, A. (2024) Optimalisasi Pemungutan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung Provinsi Jawa Barat. Bandung: Asdaf Kota Bandung.
- Khuzain, R. (2017). Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Uin Raden Intan Lampung.
- Mardiasmo. (2018). Perpajakan Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Miles, H. dan Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication.
- Peraturan Daerah No. 5 / 2012 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.

Putri, P. I. (2013). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak. Jurnal. Semarang.

Rahayu, S. Kurnia. (2010). Perpajakan Indonesia: Konsep & Aspek Formal. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Resmi, S. (2012). Perpajakan Teori dan Kasus. Jakarta: Salemba Empat.

Rizka, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Pajak, Pendapatan Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Umkm Di Kpp Pratama Kota Tegal) (Doctoral Dissertation, Universitas Pancasakti Tegal). Rosa, Sovita, dan Abdilla (2020)

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitati*. Bandung: Alfabeta.

Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan No.16 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 1

Undang-Undang No. 18 tahun 1997 tentang Pajak Daerah

Undang-Undang Nomor 1 tahun 2011 pasal 26 tentang Pajak Daerah

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi

Daerah Undang-Undang Nomor 34 tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan

Retribusi Daerah Undang-undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun

2014 tentang Administrasi
Pemerintahan Pasal 1 (angka 2)

Wardiyanto, B. “Kebijakan Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) Perspektif Kerangka Kerja Implementasi Sunset Policy Mendasarkan UU No. 28 tahun 2007”, Journal Universitas Airlangga, No.4, Vol.21, Oktober 2008, 330.

Watini, S. (2010). Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung (Studi Empirik Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung). Jurnal Akuntansi Vol. 2 (2): 181-20.

Winardi, J. (2003). Enterpreneur dan Enterpreneurship. Jakarta: Prenada Media

Yunus, E. (2016). Manajemen Strategis. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.