

TINJAUAN TINGKAT KESADARAN WAJIB PAJAK ATAS PEMBAYARAN PAJAK REKLAME DI KOTA PADANG

TUGAS AKHIR

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



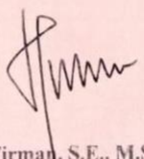
**Oleh :
Nada Hardianti
22233050**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PAJAK
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2025**

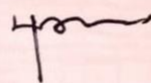
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
TINJAUAN TINGKAT KESADARAN WAJIB PAJAK ATAS
PEMBAYARAN PAJAK REKLAME DI KOTA PADANG

Nama : Nada Hardianti
NIM : 22233050
Program Studi : Manajemen Pajak
Fakultas : Sekolah Vokasi

Diketahui Oleh
Koordinator Program Studi
DIII Manajemen Pajak


Firman, S.E., M.Sc
NIP. 198002062003121004

Padang, Juli 2025
Disetujui Oleh
Pembimbing


Abel Tasman, S.E., M.M
NIP. 198107112010121003

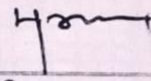
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN TINGKAT KESADARAN WAJIB PAJAK ATAS
PEMBAYARAN PAJAK REKLAME DI KOTA PADANG

Nama : Nada Hardianti
NIM : 22233050
Program Studi : D3 Manajemen Pajak
Fakultas : Sekolah Vokasi

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma Tiga (D3) Manajemen Pajak
Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang*

Padang, Agustus 2025

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Abel Tasman, SE, MM	Ketua	
Yuki Fitria, SE, MM	Anggota 1	
Irdha Yusra, SE, M.Sc	Anggota 2	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nada Hardianti
Tahun Masuk/NIM : 2022/22233050
Tempat/Tanggal Lahir : Sawahlunto Sijunjung/08 Januari 2002
Program Studi : Manajemen Pajak
Keahlian : Diploma III
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jl. Kijang 1 no. 12 A, Air Tawar Timur, Padang
Utara, Kota Padang, Sumatera Barat
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Tingkat Kesadaran Wajib Pajak Atas
Pembayaran Pajak Reklame Di Kota Padang

Dengan ini 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 ditanda tangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.
- 5.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian 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, Juli 2025
Yang menyatakan



Nada Hardianti
22233050

ABSTRAK

Nada Hardianti : **Tinjauan Tingkat Kesadaran Wajib Pajak Atas Pembayaran Pajak Reklame Di Kota Padang**
Pembimbing : **Abel Tasman, S.E., M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesadaran wajib pajak atas pembayaran pajak reklame di Kota Padang. Kesadaran diukur melalui tiga indikator menurut Siti (2020:194), yaitu Kesadaran Pajak, Pengetahuan Konstektual, dan Pengambilan Keputusan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 73 responden wajib pajak, kemudian dianalisis menggunakan persentase capaian responden (TCR).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran wajib pajak secara keseluruhan berada pada kategori tinggi dengan rata-rata TCR sebesar 82,7%. Setiap indikator memperoleh capaian pada kategori tinggi, yaitu indikator kesadaran pajak sebesar 87,9%, pengetahuan konstektual sebesar 86,2%, dan pengambilan keputusan sebesar 74,0%. Hal ini menunjukkan bahwa wajib pajak memiliki kesadaran, pengetahuan kontekstual, serta kemampuan dalam memaknai kewajiban perpajakan yang baik, termasuk dalam memanfaatkan layanan pembayaran pajak secara digital. Temuan ini menegaskan bahwa tingkat wajib pajak di Kota Padang tergolong tinggi, namun tetap diperlukan upaya peningkatan dan penyempurnaan layanan agar kemudahan pembayaran pajak dapat terus terjaga dan kepatuhan wajib pajak semakin meningkat.

Kata Kunci : **Kesadaran Pajak, Pajak reklame, Wajib Pajak, Bapenda, Kota Padang**

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul **“Tinjauan Tingkat Kesadaran Wajib Pajak atas Pembayaran Pajak Reklame di Kota Padang”**. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi sebagai pelengkap mata kuliah untuk dapat menyelesaikan program studi Diploma III Manajemen Pajak di Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penulisan tugas akhir ini penulis menyadari bahwa tugas akhir ini terwujud berkat bantuan, arahan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ayahanda Darwis yang dengan besar hati membesarkan penulis seorang diri semenjak penulis ditinggal oleh Almh. Ibunda tercinta. Segala hal yang penulis tempuh kini, tidak terlepas dari peranannya. Terima kasih telah mencurahkan seluruh waktu, tenaga, dan do'a demi melihat kelima anaknya menempuh pendidikan hingga meraih gelar.
2. Ibunda tercinta Almh. Saghirna dengan penuh kerinduan dan do'a yang selalu penulis panjatkan, ibu tetap hidup dalam setiap langkah yang penulis tempuh.
3. Bapak Dr. Ir. Krismadinata, S.T., M.T selaku rektor Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Dr. Yudi Antomi, M.Si, selaku Direktur Sekolah Vokasi.
5. Bapak Firman, S.E., M.M selaku ketua prodi Diploma III Manajemen

Pajak.

6. Ibu Dra. Rahmiati, M.Pd., Ph.D selaku dosen Pembimbing Akademik Penulis selama Perkuliahan.
7. Bapak Abel Tasman, S.E., M.M selaku dosen pembimbing magang dan pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan saran, masukan, dan bimbingan kepada penulis.
8. Bapak/Ibu tim penguji yang telah memberi saran dan masukan kepada penulis untuk memberikan kesempurnaan Tugas Akhir ini.
9. Bapak/Ibu dosen, staff pengajar dan karyawan program studi diploma III Manajemen Pajak di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
10. Seluruh Pimpinan dan pegawai di kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang yang telah membantu dan memberi penulis waktu dan ketersediaannya untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Saudara kandung yang dengan tulus memberikan dukungan baik secara moral maupun materi. Terimakasih atas bantuan yang telah menjadi kekuatan besar hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Padang, Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I.....	13
PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang.....	13
B. Rumusan Masalah.....	19
C. Tujuan Penelitian	19
D. Manfaat Penelitian	19
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Pajak Reklame	21
1. Pengertian Pajak Reklame	21
2. Dasar Hukum Pajak Reklame	21
3. Subjek Pajak Reklame	22
4. Objek Pajak Reklame.....	22
5. Dasar Pengenaan Pajak Reklame	23
6. Tarif dan Perhitungan Pajak Reklame.....	23
B. Jenis Pajak Reklame	25
C. Penertiban dan Pengawasan Reklame.....	25
1. Penertiban Reklame	25
2. Pengawasan Reklame.....	28

D. Dampak Penertiban dan Pengawasan Pajak Reklame di Kota Padang	31
E. Kesadaran Wajib Pajak	32
F. Indikator Kesadaran Wajib Pajak	32
BAB III	34
PENDEKATAN PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Tempat dan Objek Penelitian	34
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel	35
E. Definisi Operasional Variabel	37
F. Sumber Data	38
G. Teknik Pengumpulan Data	39
H. Teknik Analisis Data	39
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Objek Penelitian	42
1. Sejarah Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang	42
2. Lokasi Badan Pendapatan Daerah Kota Padang	43
3. Tugas dan Fungsi Badan Pendapatan Daerah Kota Padang	44
4. Logo Badan Pendapatan daerah Kota Padang	44
5. Struktur Organisasi BAPENDA Kota Padang	45
6. Tugas dan Fungsi Badan Pendapatan daerah Kota Padang	46
7. Wilayah Kerja BAPENDA Kota Padang	51
B. Hasil Penelitian	52
1. Deskripsi Karakteristik Responden	52
C. Pembahasan	57
BAB V	60

PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Wajib Pajak Reklame di Kota Padang Tahun 2020-2024	16
Tabel 2. Jumlah Wajib Pajak yang Membayar	17
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4. Perincian Skala Likert.....	39
Tabel 5. Perincian Skala Likert.....	40
Tabel 6. Jumlah Kuisioner	52
Tabel 7. Hasil Deskriptif Total	53
Tabel 8. Hasil Kesadaran Pajak	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Bapenda Kota Padang	45
Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Bapenda Kota Padang	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	64
Lampiran 2. Kuisisioner.....	66
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	67
Lampiran 4. Dokumentasi.....	69

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat menempati posisi strategis dalam pengembangan usaha karena didukung oleh jumlah penduduk yang besar dan pertumbuhan sektor perdagangan yang pesat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Padang, pada tahun 2022 jumlah penduduk Kota Padang mencapai 919.145 jiwa, menjadikannya kota dengan jumlah penduduk terbanyak di Sumatera Barat dan jalur lintas perdagangan antar kota. Kondisi ini menciptakan potensi pasar yang luas bagi perusahaan untuk memasarkan produk dan jasanya, sehingga kebutuhan akan media promosi seperti reklame pun semakin meningkat. Menurut Yudisyus (2013), jumlah penduduk yang besar dan banyaknya perusahaan perdagangan di Kota Padang berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak reklame, karena semakin banyak usaha yang beroperasi, semakin tinggi permintaan pemasangan reklame sebagai sarana promosi.

Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 mengatur bahwa pajak reklame adalah salah satu jenis pajak yang menjadi kewenangan pemerintah kabupaten atau kota. Dalam aturan ini, pemerintah daerah diberi hak untuk mengelola dan memungut pajak reklame, termasuk mengatur objek pajak, tarif, dan tata cara pemungutannya melalui peraturan daerah masing-masing. Pajak reklame dianggap sebagai salah satu sumber pendapatan daerah, sehingga pengelolaannya harus dilakukan dengan tertib dan transparan agar bisa mendorong peningkatan pendapatan serta mendukung layanan publik di

daerah. (Moh. Hudi, 2022)

Dalam penyelenggaraan pajak reklame, pemerintah daerah Kota Padang melalui badan pendapatan daerah (BAPENDA) melakukan pengawasan pelaksanaan pajak reklame ini sesuai dengan peraturan pemerintahan daerah yang telah ditetapkan. Peraturan Walikota Kota Padang Nomor 89 Tahun 2021 Tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame di Kota Padang. Pada Peraturan Walikota Kota Padang tersebut dapat berisi bahwa dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR) yang mempertimbangkan sebagian atau seluruh faktor-faktor sebagai berikut jenis reklame, bahan yang digunakan reklame, lokasi penempatan reklame, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah reklame, dan ukuran media reklame.

Realisasi pendapatan dari pajak reklame di Kota Padang menunjukkan tren positif setelah dilakukan penertiban yang lebih intensif oleh Bapenda. Penertiban ini meliputi pembongkaran reklame yang tidak sesuai aturan, seperti reklame yang sudah habis masa tayang, reklame ilegal tanpa izin, serta reklame yang menunggak pembayaran pajak. Hal ini menandakan adanya peningkatan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka. Namun demikian, tantangan seperti keberadaan reklame ilegal dan wajib pajak yang tidak disiplin masih menjadi kendala yang perlu diatasi secara berkelanjutan.

Menurut Herfina. M., & Sari. R (2023) Optimalisasi penertiban reklame menjadi isu strategis dalam rangka meningkatkan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Padang. Pajak reklame merupakan salah satu

komponen penting dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang potensial, namun implementasinya sering terkendala oleh berbagai masalah, seperti kurangnya pengawasan, keberadaan reklame ilegal, dan rendahnya kesadaran wajib pajak. Oleh karena itu, penertiban yang dilakukan secara konsisten dan terstruktur menjadi kunci untuk mendorong kepatuhan wajib pajak sekaligus meningkatkan penerimaan pajak reklame secara signifikan. Penertiban ini juga harus didukung dengan pendekatan yang humanis agar wajib pajak merasa terlayani dan termotivasi untuk patuh.

Permasalahan di Kota Padang tersebut sangat nyata terlihat dari masih banyak reklame yang dipasang tanpa izin serta rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hal ini berdampak pada belum optimalnya penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak reklame. Padahal, Kota Padang memiliki potensi pasar yang luas dengan jumlah penduduk yang besar dan pertumbuhan sektor perdagangan yang pesat. Oleh karena itu, diperlukan upaya penertiban yang lebih optimal, terstruktur, dan didukung oleh koordinasi lintas instansi guna meningkatkan efektivitas pemungutan pajak reklame serta mendukung pembangunan daerah secara berkelanjutan. (<https://bapenda.padang.go.id>)

Pada tabel di bawah ini dapat dilihat jumlah wajib pajak yang mendaftarkan reklame di Kota Padang dalam 5 tahun terakhir :

Tabel 1. Jumlah Wajib Pajak Reklame di Kota Padang Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah Wajib Pajak Reklame	Jumlah Reklame yang Dibongkar
2020	465	545
2021	470	690
2022	757	702
2023	1044	894
2024	1132	1300

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Padang 2025

Berdasarkan data di atas dari Badan Pendapatan Daerah Kota Padang menunjukkan adanya peningkatan jumlah wajib pajak reklame yang mendaftarkan diri dari tahun 2020 hingga 2024. Kenaikan ini dipengaruhi oleh intensifikasi penertiban yang dilakukan oleh Bapenda, yang tidak hanya membongkar reklame ilegal tetapi juga memasang stiker penunggak pajak sebagai bentuk sanksi sosial. Tindakan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak agar membayar pajak tepat waktu, sehingga pendapatan daerah dari pajak reklame dapat meningkat seiring dengan perkembangan industri dan kegiatan promosi di Kota Padang.

Upaya penertiban yang dilakukan oleh Bapenda, seperti pembongkaran reklame ilegal, pemasangan stiker penunggak pajak, dan sosialisasi kepada masyarakat, telah menunjukkan hasil positif. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah wajib pajak reklame yang mendaftarkan diri, dari 465 pada tahun 2020 menjadi 1.132 pada tahun 2024. Namun, permasalahan

reklame ilegal dan wajib pajak yang menunda pembayaran pajak masih menjadi kendala yang harus diatasi secara berkelanjutan.

Tabel 2. Jumlah Wajib Pajak yang Membayar

Tahun	Jumlah Wajib Pajak yang Membayar
2020	125
2021	152
2022	352
2023	315
2024	272

Sumber : Bapenda Kota Padang (2025)

Berdasarkan tabel diatas terdapat jumlah wajib pajak yang melakukan pembayaran dari tahun 2020-2024 Data tersebut menunjukkan adanya penurunan pada tahun 2023 dan 2024 Hal ini terjadi karena kurangnya kesadaran wajib pajak dalam membayarkan kewajibannya. Dengan adanya penurunan ini mengakibatkan penerimaan pajak reklame menjadi tidak optimal.

Salah satu permasalahan utama dalam pengelolaan pajak reklame adalah banyaknya reklame yang dipasang tanpa izin resmi atau tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kondisi ini menyebabkan kerugian signifikan bagi pendapatan asli daerah karena pemilik reklame tersebut tidak memenuhi kewajiban membayar pajak. Selain itu, terdapat pula wajib pajak yang lalai atau menunda pembayaran pajak reklame, sehingga pemerintah daerah harus mengambil langkah tegas untuk menegakkan kepatuhan pajak melalui penertiban dan sanksi administratif. Upaya ini penting untuk memastikan bahwa seluruh pelaku usaha reklame berkontribusi secara adil

terhadap pendapatan daerah dan mendukung pembangunan daerah secara berkelanjutan. (<https://bapenda.padang.go.id>)

Selain itu, penegakan aturan seringkali terkendala oleh sikap wajib pajak yang cenderung menunda pembayaran pajak hingga ada tindakan tegas dari pemerintah. Banyak wajib pajak yang pura-pura lupa atau sengaja tidak membayar pajak reklame, sehingga pemerintah harus melakukan penertiban secara rutin dan memberikan sanksi tegas agar kepatuhan dapat meningkat. Upaya untuk mengatasi permasalahan ini tidak hanya dilakukan melalui penertiban fisik, tetapi juga dengan memberikan sosialisasi kepada masyarakat. Sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya membayar pajak reklame dan mematuhi aturan yang berlaku. Dengan sosialisasi yang efektif, diharapkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap pajak reklame dapat meningkat. (<https://bapenda.padang.go.id>)

Selain aspek penegakan hukum, pengelolaan reklame yang baik juga membutuhkan koordinasi lintas instansi, seperti Bapenda dan Satpol. Koordinasi yang baik akan mempercepat proses perizinan, pengawasan, dan penertiban reklame liar di Kota Padang. Dengan demikian, penertiban reklame liar merupakan langkah strategis dalam meningkatkan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Padang. Upaya ini harus dilakukan secara konsisten, terstruktur, dan didukung oleh regulasi yang jelas serta sosialisasi yang intensif agar dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan optimalisasi PAD Kota Padang. (<https://bapenda.padang.go.id>)

Melihat berbagai permasalahan ini, mulai dari masih banyaknya reklame ilegal, rendahnya kepatuhan wajib pajak, hingga belum optimalnya penerimaan pajak reklame di Kota Padang, maka diperlukan upaya penertiban yang lebih optimal dan terstruktur. Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya kesadaran wajib pajak untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame sebagai salah satu sumber utama Pendapatan Asli Daerah (PAD). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk meninjau dan menganalisis tingkat kesadaran wajib pajak atas pembayaran pajak reklame sebagai langkah strategis dalam meningkatkan efektivitas pemungutan pajak reklame di Kota Padang.

Dari permasalahan diatas maka penulis perlu membuat penelitian dengan judul **Tinjauan Tingkat Kesadaran Wajib Pajak atas Pembayaran Pajak Reklame di Kota Padang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, masalah yang akan dibahas penulis dalam penelitian ini adalah bagaimana Tingkat Kesadaran Wajib Pajak atas Pembayaran Pajak Reklame di Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian yang tercermin dalam rumusan masalah diatas adalah untuk mengetahui Tingkat Kesadaran Wajib Pajak atas Pembayaran Pajak Reklame di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat mengembangkan keilmuan dibidang mata kuliah Manajemen Pajak serta menyelaraskan antara teori yang dipelajari dengan fakta yang ada dilapangan.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai optimalisasi penertiban reklame sebagai upaya peningkatan efektivitas pajak reklame di Kota Padang.

b) Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi dan pengetahuan sebagai referensi bagi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

c) Bagi Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Padang

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar teoritis dalam perumusan kebijakan yang efektif untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame melalui pendekatan yang lebih optimal dalam penertiban.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai literasi wajib pajak dalam memahami kewajiban pembayaran Pajak Reklame di Kantor Bapenda Kota Padang, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran pajak masyarakat secara umum berada pada kategori tinggi dengan rata-rata TCR sebesar 82,7%. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak sudah cukup tinggi, namun masih terdapat kelemahan pada aspek teknis dan pemanfaatan informasi pajak.
2. Penertiban reklame yang intensif dan terstruktur oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Padang telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Hal ini tercermin dari tren kenaikan jumlah wajib pajak, peningkatan penerimaan pajak reklame, serta bertambahnya jumlah reklame yang berhasil ditertibkan. Namun, masih terdapat kendala berupa banyaknya reklame ilegal dan wajib pajak yang lalai atau menunda pembayaran, sehingga potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari pajak reklame belum dapat dioptimalkan secara maksimal.

B. Saran

1. Bapenda Kota Padang disarankan untuk meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada wajib pajak reklame, terutama dalam hal pemahaman teknis mengenai prosedur pembayaran, peraturan yang berlaku, serta pemanfaatan informasi pajak secara digital. Kegiatan sosialisasi dapat

dilakukan melalui berbagai media, seperti penyuluhan langsung ke pelaku usaha, penyebaran informasi melalui media sosial, website resmi, maupun kerja sama dengan instansi terkait. Upaya ini diharapkan dapat membantu wajib pajak memahami kewajibannya secara menyeluruh, mengurangi kesalahan administrasi, serta meningkatkan kemudahan dan kecepatan dalam proses pembayaran pajak. Dengan demikian, tingkat literasi dan kesadaran pajak masyarakat yang sudah tinggi dapat semakin diperkuat dan berdampak langsung pada peningkatan kepatuhan pajak reklame di Kota Padang.

2. Bapenda Kota Padang perlu memperkuat sistem pengawasan dan penertiban terhadap reklame ilegal serta menegakkan sanksi secara tegas namun tetap persuasif bagi wajib pajak yang lalai atau menunda pembayaran. Penerapan pengawasan berbasis teknologi, seperti penggunaan sistem informasi geografis (GIS) atau aplikasi pemetaan reklame, dapat membantu memantau lokasi dan status izin setiap reklame secara lebih efektif. Selain itu, kerja sama antara Bapenda, Satpol PP, dan instansi terkait perlu terus ditingkatkan agar proses penertiban berjalan terstruktur dan berkelanjutan. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat menekan jumlah reklame ilegal, meningkatkan kepatuhan wajib pajak, serta mengoptimalkan potensi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak reklame.

DAFTAR PUSTAKA

- Data Jumlah Wajib Pajak Reklame Di Kota Padang Tahun 2020-2024. (2025). *Badan Pendapatan Daerah Kota Padang*.
- Hudi, M. (2022). Pengelolaan Pajak Reklame Berdasarkan Undang Undang Nomor 1 Tahun 2022.
- Idris Syafri, & Rina Sari. (2024). *Pengertian Pajak Reklame*.
- Mira Herfina, & Rina Sari. (2023). Optimalisasi Penertiban Reklame Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Kota Padang. *Jurnal Administrasi Publik*.
- Mulyani, & Anggraini, D. (2015). analisis efektivitas dan kontribusi pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah kota padang . *Menara Ilmu*, 73-85.
- Padang, B. P. (2025). Data Jumlah Wajib pajak Reklame di Kota Padang Tahun 2020-2024.
- Peraturan wali Kota Padang Nomor 6 Tahun 2022 tentang Cara pemungutan Pajak Reklame di Kota Padang. (2022).
- Peraturan Wali Kota Padang Nomor 89 Tahun 2021 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame di Kota Padang. (2021).
- Peraturan Wali Kota Padang Nomor 9 Tahun 2024 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, Jenis dan Bentuk Pengecualian Objek Pajak Reklame serta Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. (2024).
- Rukajat, H. (2018). *Manajemen Pajak Daerah*. Bandung: Alfabeta.
- Siahaan, M. (2010). *Hukum pajak daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sovia, D., & Putri, N. (2019). Pengaruh Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 45-58.
- Subhaktiyasa, I. B. (2024). Analisis Pengaruh Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Provisnis Bali. *Jurnal Ekonomi Bali*, 12-25.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syofian, M. (2013). *Perpajakan Daerah di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. (n.d.).
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. (n.d.).
- Winardi. (2018). Pengaruh Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Yogyakarta. *Jurnal Administrasi Publik*, 12-25.
- Yudisyus. (2013). Pengaruh Jumlah Penduduk dan Usaha Perdagangan terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Padang.