

**OPTIMALISASI PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME SEBAGAI
PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BANDAR LAMPUNG (STUDI
KASUS DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA BANDAR LAMPUNG)**

(Skripsi)

**Oleh
Garis Adistya Grafito
2056021024**



**JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

OPTIMALISASI PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME SEBAGAI PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BANDAR LAMPUNG (STUDI KASUS DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA BANDAR LAMPUNG)

OLEH:

GARIS ADISTYA GRAFITO

Pemungutan pajak reklame di Kota Bandar Lampung masih menghadapi berbagai permasalahan, antara lain rendahnya kepatuhan wajib pajak, lemahnya pengawasan, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi informasi. Hal ini berdampak pada tidak tercapainya target Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi optimalisasi pemungutan pajak reklame guna meningkatkan PAD di Kota Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi dari Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung. Penelitian ini mengacu pada teori intensifikasi dan ekstensifikasi pajak menurut Mardiasmo sebagai landasan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa realisasi pajak reklame pada periode 2018–2023 mengalami fluktuasi dan sering tidak mencapai target, dengan capaian terendah pada tahun 2022 sebesar 49,80%. Ditemukan pula adanya tunggakan pajak yang signifikan dan ketimpangan antara jumlah wajib pajak dengan surat pemberitahuan pajak terbit (SPPT). Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi optimalisasi belum berjalan efektif karena kelemahan pada aspek pengawasan, penegakan hukum, dan pengelolaan data wajib pajak. Oleh karena itu, direkomendasikan reformasi kelembagaan, peningkatan kapasitas SDM, integrasi sistem informasi pajak yang terpusat, serta penguatan kerja sama lintas instansi agar pemungutan pajak reklame dapat dilaksanakan secara transparan, akuntabel, dan berkontribusi optimal terhadap PAD.

Kata Kunci: Pajak Reklame, Intensifikasi, Ekstensifikasi, Pendapatan Asli Daerah, Kota Bandar Lampung.

ABSTRACT

OPTIMIZATION STRATEGY OF BILLBOARD TAX COLLECTION TO INCREASE LOCAL REVENUE IN BANDAR LAMPUNG CITY (A CASE STUDY AT THE REGIONAL REVENUE AGENCY OF BANDAR LAMPUNG CITY)

Author:

GARIS ADISTYA GRAFITO

The collection of billboard tax in Bandar Lampung City still faces several problems, including low taxpayer compliance, weak supervision, and suboptimal utilization of information technology. These challenges have resulted in the inability to achieve the maximum target for Local Own-Source Revenue (PAD). This research aims to analyze the optimization strategies for billboard tax collection to enhance PAD in Bandar Lampung City. The study employs a qualitative approach using in-depth interviews, direct observation, and documentation from the Regional Revenue Agency (BAPENDA) of Bandar Lampung City. The analysis is based on Mardiasmo's theory of tax intensification and extensification. The results show that the realization of billboard tax from 2018 to 2023 experienced fluctuations and often failed to meet targets, with the lowest achievement recorded in 2022 at only 49.80%. The study also found significant tax arrears and a mismatch between the number of registered taxpayers and the issued Tax Assessment Letters (SPPT). The conclusion highlights that optimization strategies have not been effectively implemented due to weaknesses in supervision, law enforcement, and taxpayer data management. Therefore, institutional reform, improved human resource capacity, integration of a centralized tax information system, and stronger inter-agency collaboration are recommended to ensure that billboard tax collection is conducted transparently, accountably, and contributes optimally to PAD.

Keywords: Billboard Tax, Intensification, Extensification, Local Own-Source Revenue, Bandar Lampung City

**OPTIMALISASI PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME SEBAGAI
PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BANDAR LAMPUNG (STUDI
KASUS DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA BANDAR LAMPUNG)**

Oleh

Garis Adistya Grafito

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU PEMERINTAHAN**

Pada

Jurusan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Optimalisasi Pemungutan Pajak Reklame
Sebagai Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar
Lampung (Studi Kasus Dinas Pendapatan
Daerah Kota Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Garis Adistya Grafito**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2056021024**

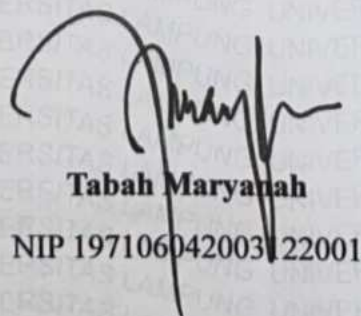
Program Studi : **S-1 Ilmu Pemerintahan**

Jurusan : **Ilmu Pemerintahan**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

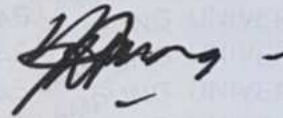
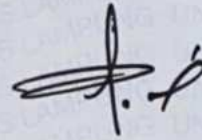

Tabah Maryamah
NIP 197106042003122001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Drs. Ismono Hadi, M.Si

Penguji Utama: Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 1976082120 0003 2 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi. 8 Agustus 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 6 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Garis Adistya Grafito

NPM 2056021024

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Garis Adistya Grafito, dilahirkan di Lampung Selatan pada tanggal 27 Mei 2002. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Mendang Susilo dan Farida Kadiani.

Jenjang pendidikan dimulai dari TK Dharma Wanita Kertosari yang diselesaikan pada tahun 2008, dilanjutkan ke SD Negeri 1 Kertosari lulus tahun 2014, kemudian SMP Negeri 21 Bandar Lampung lulus tahun 2017, dan SMA Negeri 5 Bandar Lampung lulus tahun 2020. Pada tahun 2020, penulis terdaftar sebagai mahasiswa S-1 Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SMM PTN-Barat).

Selama menjalani studi, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi dan program pengembangan diri. Penulis menjadi Anggota Biro 1 (Kajian dan Keilmuan) Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan periode 2021–2023, melaksanakan magang di Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung, serta mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pemerihan, Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung pada tahun 2023.

MOTTO

"Berbuat baiklah sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu."

(QS. Al-Qasas: 77)

"Kemampuan adalah apa yang bisa kamu lakukan. Motivasi menentukan apa yang kamu lakukan. Sikap menentukan seberapa baik kamu melakukannya."

(Lou Holtz)

"Hidup bukan soal cepat sampai, tapi soal apa yang kamu bawa saat tiba."

(Baskara Putra-Hindia)

"Tidak ada langkah yang sia-sia, setiap perjalanan membentukku menjadi aku hari ini."

(Garis Adistya Grafito)

Persembahan



Alhamdulillahirabbil'alamiin segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah meridhai segala ikhlar hamba-Mu, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Shalawat teriring salam, selalu tercurah kepada Manusia Paling Sempurna Nabi Muhammad SAW, yang syafa'atnya dinantikan di Yaumul Akhir kelak.

Ku persembahkan karya sederhana ini kepada sosok yang teramat luar biasa:

Ayahanda dan Ibunda tercinta

Mendang Susilo dan Farida Kadiani

Untuk Adikku

Louis Adhiasta Grafito

Terimakasih untuk teman-teman di Jurusan Ilmu Pemerintahan, semoga segala kebaikan yang telah dilakukan mendapat balasan dari Allah SWT

Almamater yang Penulis banggakan

Universitas Lampung

SANWACANA

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Optimalisasi Pemungutan Pajak Reklame Sebagai Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung)”**. Sebagai salah satu syarat bagi Penulis untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang Penulis miliki.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Lampung yang mengesahkan ijazah dan gelar sarjana kami sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan ini.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. ibu Dr. Tabah Maryanah selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

4. Bapak Drs. Ismono Hadi, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, terimakasih telah bersedia meluangkan waktu, serta memberikan motivasi dan dukungan untuk tidak berputus asa. Terima kasih atas bimbingan, arahan, saran serta masukan yang sangat membantu banyak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga setiap langkah bapak selalu dilancarkan oleh Allah SWT.
5. Bapak Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.I.P., selaku Dosen Penguji dan Dosen Pembimbing Akademik (PA), penulis mengucapkan terima kasih atas masukan, saran, dan bantuannya selama penyelesaian skripsi ini serta bimbingannya di perkuliahan. Semoga Allah SWT selalu melindungi Bapak, memberkahi dengan kesehatan, rejeki, dan kesabaran yang berlimpah.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung meski tidak dapat disebutkan satu persatu, tetapi tidak mengurangi rasa hormat Penulis kepada bapak dan ibu semua. Terimakasih atas dedikasi yang telah engkau berikan kepada Penulis.
7. Mba Sella dan Bu Marta selaku staff Jurusan Ilmu Pemerintahan. Terima kasih atas kesabaran dalam membantu mengurus hal-hal yang berkaitan dengan administrasi perkuliahan, yang cukup rumit dan butuh kedetailan.
8. Kepada kedua orang tua tercinta, Mendang susilo dan Farida kadiani dengan penuh cinta dan rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga. Kalian adalah anugerah terindah yang Allah SWT berikan dalam hidup penulis. Setiap doa yang kalian panjatkan, setiap pengorbanan yang kalian berikan, dan setiap kasih sayang yang tak pernah surut menjadi cahaya penerang di setiap langkah perjalanan ini. Tanpa bimbingan, kesabaran, dan cinta kalian, penulis tidak akan mampu sampai di titik ini. Terima kasih telah menjadi rumah paling hangat, tempat kembali dari segala lelah, dan sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan tanpa batas untuk kalian berdua. Semua pencapaian ini adalah milik kita bersama, dan penulis akan selalu berusaha menjadi kebanggaan kalian.
9. Kepada adikku tersayang, Louis Adhiasta Grafito terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kebersamaan yang selalu menjadi sumber semangat

bagi penulis. Kehadiran mu membawa kebahagiaan dan menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan ini juga untuk masa depan kita bersama. Semoga kita selalu saling menguatkan dan meraih impian bersama.

10. Kepada keluarga besar Sukardi Family, Eko Sihwarsih, Wisnu Hantoro, Milawati, serta seluruh keluarga dan kerabat yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, baik berupa dukungan materi maupun non-materi, yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehangatan, perhatian, dan kepedulian yang kalian tunjukkan menjadi kekuatan yang tak ternilai, mengiringi setiap langkah penulis hingga sampai pada tahap ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan berlipat ganda dari Allah SWT.
11. Kepada Dhewi Noor, terima kasih atas kebersamaan yang baru terjalin di saat penulis mulai menyusun skripsi, meskipun perkenalan kita telah terjalin sejak masa SMA. Kehadiranmu di fase penting ini menjadi warna baru yang membawa semangat dan ketenangan di tengah berbagai tantangan yang dihadapi. Di saat penulis sering berada dalam kondisi kesehatan yang kurang baik, dukungan, pengertian, dan kesabaran yang kamu tunjukkan telah menjadi penguat tersendiri untuk tetap melangkah. Terima kasih atas kebersamaan yang tulus dan perhatian yang tanpa pamrih, yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan bermakna. Semoga hubungan ini senantiasa dipenuhi kebahagiaan, saling menguatkan, dan keberkahan di setiap langkah.
12. Kepada sahabat-sahabat tercinta, Andreano, Dani, Raditya, Yoga, dan Hanif, terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan semangat yang kalian berikan. Setiap tawa, cerita, dan doa dari kalian menjadi penyemangat dalam proses ini. Semoga persahabatan kita selalu diberkahi Allah SWT dan membawa kebaikan bagi kita semua.
13. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini baik langsung atau tidak langsung semoga bernilai ibadah semoga Allah memberikan berkah, rahmat, hidayah serta kemuliaan-Nya atas kebaikan dan pengorbanan bagi kita semua.

Terimakasih sekali lagi penulis ucapkan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi selama proses penyusunan skripsi ini. Meskipun tidak semuanya dapat disebutkan satu per satu, peran serta kalian sangat berharga dalam perjalanan ini. Setiap doa, setiap percakapan, dan setiap langkah yang kalian berikan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh kata sempurna, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Bandar Lampung, 7 Agustus 2025

Peneliti

Garis Adistya Grafito

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Umum Tentang Pajak	11
2.1.1 Pengertian Pajak	11
2.1.2 Fungsi Pajak dan Pembagian Jenis Pajak.....	13
2.1.3. Pengertian pemungutan pajak	15
2.1.4 Syarat-syarat Pemungutan Pajak	15
2.1.5 Sistem Pemungutan Pajak	16
2.1.6 Tinjauan umum tentang optimalisasi	18
2.1.7 Strategi Optimalisasi Pajak	20
2.2 Kajian Umum Tentang Pajak Daerah	21
2.2.1 Pengertian Pajak Daerah.....	21

2.2.2 Objek Dan Subjek Pajak Daerah	22
2.3 Kajian Umum Tentang Pajak Reklame	23
2.3.1 Pengertian Pajak Reklame	23
2.3.4 Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame	25
2.3.5 Subjek dan Wajib Pajak Reklame	27
2.4 Kajian Umum Tentang Pendapatan Asli Daerah	28
2.4.1 Definisi Pendapatan Asli Daerah.....	28
2.4.2. Sumber Pendapatan Asli Daerah	29
2.5 Kerangka pikir	32
III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Tipe Penelitian	33
3.2. Fokus Penelitian.....	33
3.3. Lokasi Penelitian.....	35
3.4. Informan Penelitian.....	35
3.5. Jenis dan Sumber data.....	36
3.5.1. Data Primer.....	36
3.5.2. Data Sekunder	40
3.6. Teknik dan Pengumpulan Data.....	41
3.6.1. Wawancara Mendalam	41
3.6.2. Observasi	42
3.6.3. Dokumentasi.....	43
3.7. Teknik Analisis Data	44
3.7.1. Pengumpulan Data.....	45
3.7.2. Reduksi Data	45
3.7.3. Penyajian Data.....	45
3.7.4. Penarikan Kesimpulan.....	45

3.8. Teknik Keabsahan Data	46
IV. GAMBARAN UMUM.....	47
4.1 Profil Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung.....	47
4.2 Visi dan Misi Badan Pengeolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BAPENDA)	48
4.3 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah.....	49
4.4 Susunan Organisasi Pada Badan Pendapatan Daerah.....	50
4.5 Kondisi Keuangan Kota Bandar Lampung	52
4.5.1 Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Bandar.....	52
4.5.2 Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung.....	54
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	58
5.1 Intensifikasi Pajak.....	60
5.1.1 Indikator Pengawasan dan Penegakan Hukum	61
5.1.2 Indikator Peningkatan Kapasitas Petugas Pemungut Pajak	68
5.2 Ekstensifikasi Pajak	71
5.2.1 Indikator Penggunaan Teknologi Baru.....	72
5.2.2 Indikator Kerja Sama Antarinstansi	77
VI. PENUTUP	81
6.1 Kesimpulan	81
6.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Realisasi Pajak Reklame	2
2. Penelitian Terdahulu	5
3. Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kota Bandar Lampung	58
4. Data Tunggal Pajak Reklame	61
5. Data Jumlah Wajib Pajak Reklame Kota Bandar Lampung	70
6. Perbandingan Teknologi	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir	32
2. Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung.....	49
3. Pemasangan Stiker Sebagai Bentuk Pengawasan.....	64
4. Pembongkaran Objek Reklame oleh Satpol PP dan BAPENDA.....	65
5. Contoh Surat Tagihan Pajak (STP).....	67
6. Petugas melakukan pemeriksaan lapangan.....	69
7. Tampilan Web SIMANTAP.....	71
8. Contoh Billboard Digital di Times Square, New York.....	72
9. Reklame digital di Bundaran Gajah, Bandar Lampung.....	73
10. Reklame yang belum ditindak dan tidak memiliki stiker STP.....	77

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Optimalisasi pemungutan pajak reklame sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan upaya strategis yang sangat penting bagi Kota Bandar Lampung. Pajak reklame memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi signifikan terhadap PAD, mengingat perannya yang vital dalam dunia bisnis dan promosi. Di era modern ini, dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi dan globalisasi, setiap daerah di Indonesia dituntut untuk mencari cara-cara inovatif guna meningkatkan pendapatan untuk mendukung program-program pembangunan berkelanjutan (Sarnani, 2023). Salah satu cara yang efektif adalah melalui pemungutan pajak reklame. Reklame, dalam bentuk baliho, spanduk, serta media digital, semakin marak dan menjadi alat penting dalam promosi bisnis di berbagai sektor ekonomi. Semua bisnis, baik yang bergerak di bidang jasa maupun non-jasa, memerlukan media reklame untuk memperkenalkan produk atau layanan mereka kepada masyarakat luas (Astuti, 2020).

Pengumpulan pajak reklame tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai instrumen pengendalian tata ruang dan estetika kota. Pengelolaan pajak reklame yang baik dapat mendukung terciptanya tata kota yang lebih rapi dan estetis serta menciptakan lingkungan yang nyaman dan menarik (Niandanu dkk, 2015). Namun, pengelolaan pajak reklame sering kali menemui berbagai kendala seperti regulasi yang kurang optimal, pengawasan yang lemah, serta rendahnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak. Oleh sebab itu, diperlukan upaya proaktif dari pemerintah daerah untuk mengoptimalkan pemungutan pajak reklame. Upaya ini meliputi peningkatan

sosialisasi dan pengawasan lapangan, pemberian contoh keteladanan dari petugas pajak, serta peningkatan efisiensi administrasi melalui penggunaan teknologi informasi (Fadhilah, 2021).

Optimalisasi pemungutan pajak reklame dapat dicapai dengan meningkatkan kesadaran publik mengenai pentingnya membayar pajak, memperbaiki sistem administrasi perpajakan, dan melakukan sosialisasi intensif kepada pelaku usaha. Selain itu, penerapan sistem jemput bola, di mana petugas lapangan secara aktif memungut pajak dan melakukan pendataan langsung di lapangan, juga dapat meningkatkan efektivitas pemungutan pajak reklame (Ndiak, 2022). Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Bandar Lampung sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam pemungutan pajak daerah, memiliki peran kunci dalam mengimplementasikan strategi-strategi optimalisasi pajak reklame. Implementasi kebijakan yang efektif dan efisien diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dari pajak reklame, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan PAD Kota Bandar Lampung.

Realisasi pajak reklame di Kota Bandar Lampung selama beberapa tahun terakhir menunjukkan tren yang belum mencapai target yang ditetapkan. Berbagai faktor seperti dinamika ekonomi, tingkat kepatuhan wajib pajak, serta efektivitas kebijakan dan pengawasan pajak reklame mempengaruhi hasil ini. Oleh karena itu, pemerintah Kota Bandar Lampung perlu terus mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi pemungutan pajak reklame untuk mencapai target yang diharapkan, guna meningkatkan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Tabel 1. Realisasi Pajak Reklame

Tahun	Target Pajak Reklame (IDR)	Realisasi Pajak Reklame (IDR)	Persentase Capaian (%)
2018	31,000,000,000	27,233,375,813	87.85
2019	41,000,000,000	23,951,081,612	58.42
2020	31,000,000,000	28,888,722,160	93.19
2021	31,000,000,000	25,750,676,451	83.07
2022	30,000,000,000	14,940,688,008	49.80
2023	31,000,000,000	28,725,114,010	82.98

Sumber : (Badan Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung)

Kesulitan administrasi sering menjadi salah satu tantangan utama dalam mengoptimalkan pemungutan pajak reklame. Proses yang kompleks dan birokrasi yang rumit sering kali membuat wajib pajak ragu atau enggan untuk memenuhi kewajiban mereka. Selain itu, kelemahan dalam sistem pendataan dan pemantauan objek pajak reklame menyebabkan banyak reklame yang tidak tercatat atau tidak diawasi dengan benar. Oleh karena itu, penyederhanaan administrasi dan peningkatan efisiensi menjadi langkah krusial dalam optimalisasi pemungutan pajak reklame (Mardiasmo, 2018).

Permasalahan dalam optimalisasi pemungutan pajak reklame dari sisi petugas pajak sering berawal dari koordinasi dan pelatihan yang tidak memadai. Petugas yang bertugas mengawasi dan mengumpulkan pajak reklame seringkali tidak memiliki akses ke alat dan teknologi yang diperlukan untuk menjalankan tugas mereka secara efisien. Selain itu, beban kerja yang berat dan kurangnya dukungan administratif sering kali menyebabkan penundaan dan ketidakakuratan dalam proses pemungutan pajak. Kurangnya transparansi dan akuntabilitas dalam proses ini juga dapat memicu ketidakpercayaan dari wajib pajak, yang pada gilirannya mengurangi kepatuhan mereka. Oleh karena itu, untuk mencapai optimalisasi pemungutan pajak reklame, diperlukan peningkatan dalam pelatihan, sumber daya, dan teknologi yang mendukung efisiensi kerja petugas pajak, serta sistem yang lebih transparan dan akuntabel (Fajar, 2013).

Masalah optimalisasi pemungutan pajak reklame dari sisi wajib pajak juga sangat penting untuk diperhatikan. Kesadaran dan pemahaman wajib pajak tentang pentingnya pembayaran pajak reklame sering kali masih rendah. Banyak wajib pajak yang menganggap pajak reklame sebagai beban tambahan yang tidak memberikan manfaat langsung kepada mereka, sehingga kecenderungan untuk mengabaikan atau menghindari kewajiban ini cukup tinggi. Selain itu, adanya persepsi negatif terhadap birokrasi dan kurangnya transparansi dalam proses pemungutan pajak membuat wajib pajak merasa kurang percaya dan enggan untuk mematuhi kewajiban pajak mereka.

Ketidakjelasan dalam peraturan serta sosialisasi yang kurang efektif dari pemerintah semakin memperburuk kondisi ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan kesadaran melalui edukasi dan sosialisasi yang lebih efektif, serta perbaikan dalam transparansi dan pelayanan publik untuk mendorong kepatuhan wajib pajak dan mencapai optimalisasi pemungutan pajak reklame (Syahputera, 2020).

Dengan optimalisasi pemungutan pajak reklame, diharapkan dapat tercipta peningkatan signifikan dalam PAD, yang pada akhirnya akan mendukung berbagai program pembangunan daerah serta meningkatkan kualitas pelayanan publik. Langkah ini akan membantu mewujudkan visi Kota Bandar Lampung menjadi lebih maju, tertata, dan sejahtera. Selain itu, optimalisasi pemungutan pajak reklame dapat memberikan dampak positif pada penataan kota. Dengan pengelolaan reklame yang baik, kota dapat terlihat lebih rapi dan estetik, menciptakan lingkungan yang lebih nyaman bagi warga dan pengunjung. Tata kelola reklame yang efektif juga dapat mengurangi dampak visual negatif dari reklame yang tidak teratur, sehingga menciptakan suasana kota yang lebih menyenangkan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah daerah melalui BAPENDA harus terus melakukan inovasi dalam pengelolaan pajak reklame, termasuk penerapan teknologi informasi dalam sistem pemungutan pajak. Di sisi lain, pelaku usaha juga harus diberi pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya membayar pajak reklame. Masyarakat sebagai penerima manfaat pembangunan juga memiliki peran penting dalam mendukung program-program pemerintah terkait pemungutan pajak reklame.

Kondisi yang seperti ini menjadikan daerah khususnya Kota Bandar Lampung dituntut untuk menyediakan fasilitas baik sarana maupun prasarana dalam mendukung perkembangan daerahnya. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis ingin mengkaji penelitian lebih jauh

mengenai optimalisasi pemungutan pajak reklame yang dituangkan dalam bentuk laporan tugas akhir yang berjudul **“Optimalisasi Pemungutan Pajak Reklame Sebagai Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Badan Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung)”**.

Ada pun penelitian terdahulu sebagai acuan penulis dalam membuat tugas akhir, penulis melakukan Peninjauan penelitian terdahulu bertujuan untuk menghasilkan temuan yang valid dan relevan. Penelitian sebelumnya menjadi landasan teoritis penting yang memperkuat argumentasi dan pendekatan dalam penelitian ini

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1	Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang Rohman. 2020. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 9, No. 1	Jenis penelitian yang di gunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.	Hasil penelitian ini adalah kebijakan intensifikasi fokus pada pengawasan, peningkatan SDM, dan peraturan; sementara kebijakan kstensifikasi melibatkan pendataan wajib pajak baru dan sosialisasi.Faktor pendukung mencakup sarana/prasarana yang memadai, sistem informasi, dan kondisi ekonomi baik,namun ada hambatan seperti kesadaran wajib pajak yang rendah dan

			perubahan media reklame menjadi videotron.
2	Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Garut Hardianti dkk, 2023 Jurnal Wahana Akuntansi Vol. 08, No. 1, 2023	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metodologi kualitatif pendekatan deskriptif	Implementasi pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut cukup baik dalam hal sumberdaya dan struktur birokrasi, tetapi komunikasi masih kurang optimal. Perlu dilakukan sosialisasi berkala minimal 3 kali setahun untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak.
	Strategi Badan Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Pendapatan Sektor Pajak Di Kota Samarinda	Berdasarkan bentuk dan format judul penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif.	Hasil dari Penelitian ini adalah, Demi meningkatkan kepatuhan wajib pajak, diperlukan penyuluhan dan sosialisasi peraturan daerah mengenai pajak secara berkala, penegakan Hasil dari Penelitian ini adalah, Demi meningkatkan kepatuhan wajib pajak, diperlukan penyuluhan dan sosialisasi peraturan daerah mengenai pajak secara berkala, penegakan hukum yang konsisten, serta mengadakan Wajib

			Pajak Gathering (WP Gathering) untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak. hukum yang konsisten, serta mengadakan Wajib Pajak Gathering (WP Gathering) untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak.
5	Optimalisasi Strategi Peningkatan Pemungutan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru Martia. 2023. Jurnal Produktivitas Vol. 10, No.2.	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumen.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk optimalisasi pemungutan pajak reklame, penting untuk melakukan ekstensifikasi (penciptaan pendapatan baru dan kerjasama investasi) serta intensifikasi (perbaikan kelembagaan, peningkatan jumlah wajib pajak, penyesuaian administrasi dan operasional, serta peningkatan mutu sumber daya manusia).

Perbedaan utama antara penelitian terdahulu dan penelitian saya di Kota Bandar Lampung adalah fokus pada optimalisasi tunggakan pendapatan pajak reklame. Rohman (2020) memfokuskan pada implementasi kebijakan di Malang dengan penekanan pada pengawasan dan peningkatan sumber daya manusia. Martia (2023) di Pekanbaru membahas strategi ekstensifikasi dan intensifikasi pajak reklame.

Penelitian saya di Kota Bandar Lampung berbeda dengan menitikberatkan pada optimalisasi tunggakan pendapatan pajak reklame. Fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor penyebab tunggakan, mengembangkan strategi penagihan yang efektif, serta memanfaatkan teknologi informasi untuk monitoring dan penanganan tunggakan. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis dampak dari strategi optimalisasi tunggakan terhadap peningkatan PAD. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Bandar Lampung melalui pemungutan pajak reklame yang lebih efisien dan efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengangkat permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana optimalisasi pemungutan pajak reklame dalam kaitannya dengan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung?
2. Apa hambatan yang dihadapi dalam optimalisasi pemungutan pajak reklame berkaitan dengan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung dan bagaimana solusinya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis optimalisasi pemungutan pajak reklame dalam kaitannya dengan peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan dalam optimalisasi pemungutan pajak reklame dalam kaitannya dengan peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan suatu kegunaan serta menjelaskan manfaat dilaksanakan suatu penelitian oleh peneliti. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis yang signifikan dalam bidang perpajakan dan manajemen publik, khususnya dalam konteks optimalisasi pemungutan pajak reklame. Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini meliputi:

- a. Pengembangan Teori Perpajakan: Penelitian ini dapat memperkaya literatur dan teori mengenai pemungutan pajak, khususnya pajak reklame. Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pemungutan pajak dan strategi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkannya.
- b. Penyediaan Data Empiris: Hasil penelitian ini dapat menyediakan data empiris yang berguna bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih lanjut mengenai pemungutan pajak reklame. Data dan temuan yang dihasilkan dapat dijadikan sebagai referensi atau dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya.
- c. Kontribusi pada Ilmu Manajemen Publik: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen publik, terutama dalam hal pengelolaan dan optimalisasi sumber-sumber pendapatan daerah. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penyusunan kebijakan publik yang lebih efektif dan efisien.
- d. Pemahaman Terhadap Kendala Administrasi Pajak: Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang kendala-kendala administrasi yang dihadapi dalam pemungutan pajak reklame dan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasinya. Hal ini penting

untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi sistem perpajakan di daerah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan terhadap instansi yang berkaitan. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan kepada Badan Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung untuk menjadi bahan evaluasi agar lebih meningkatkan lagi kinerja, tugas dan fungsi instansi sebagai lembaga pengawasan dan pengendalian terutama dalam hal mengurangi tunggakan Pajak Reklame di lingkungan Kota Bandar Lampung.

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Pajak

2.1.1 Pengertian Pajak

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

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

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

Menurut Soemitro (1990), Pengertian pajak adalah iuran rakyat kepada Kas Negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum. Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian pajak tersebut terdapat beberapa untuk pokok dalam perpajakan, yakni :

- a. Iuran atau pungutan
- b. Pajak dipungut berdasarkan Undang-Undang

- c. Pajak Dapat dipaksakan
- d. Tidak menerima atau memperoleh kontraprestasi secara langsung.
- e. Untuk membiayai pengeluaran umum pemerintah.

Dalam perspektif ekonomi pajak dapat dipahami sebagai peralihan sumber daya dari sektor privat ke sektor publik. Pemahaman ini menjelaskan berkurangnya kemampuan seseorang untuk menguasai suatu sumber daya dan bertambahnya kemampuan keuangan negara dalam menyediakan barang dan jasa publik untuk kepentingan dan kebutuhan masyarakat luas.

Menurut Soemahamidjaja (1964), pengertian pajak adalah iuran wajib, berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma norma hukum. Pajak ini berguna untuk menutup biaya produksi barang barang dan jasa-jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum.

Pajak awalnya hanya merupakan pemberian sukarela dari rakyat kepada rajanya namun bukan merupakan paksaan dan kewajiban masyarakat ke negara seperti pajak yang ada pada saat ini. Pada saat tahun 509-27 SM pajak mulai menjadi pungutan dimana pada saat itu sudah mulai dikenal beberapa jenis pungutan pajak seperti censor, questor dan beberapa jenis pungutan yang lain.

Menurut Adriani (2020), pajak adalah iuran kepada Negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan- peraturan dengan tidak mendapat prestasi-kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran pengeluaran umum berkaitan dengan tugas Negar untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Pengertian pajak menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan : “Pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan

yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Kesimpulannya, pajak menurut berbagai ahli adalah kontribusi wajib dari masyarakat kepada negara, yang diatur berdasarkan undang-undang dan dapat dipaksakan. Pajak ini tidak memberikan balas jasa langsung kepada pembayar pajak, melainkan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum yang mendukung berbagai layanan dan pembangunan yang dilakukan oleh negara. Intinya, pajak adalah bentuk iuran yang penting untuk kesejahteraan umum dan keberlangsungan pemerintahan.

2.1.2 Fungsi Pajak dan Pembagian Jenis Pajak

a. Fungsi Pajak

Menurut Yuswanto (2013), Pajak memiliki peranan yang sangat penting dalam pelaksanaan fungsi negara/pemerintah, adapun beberapa manfaat pajak dan fungsi pajak secara umum dan khusus:

1. Fungsi Budgetair (Fungsi Anggaran)

Pajak mempunyai fungsi sebagai alat atau instrumen yang digunakan untuk memasukan dana secara optimal ke dalam kas negara. Dana itulah yang kemudian digunakan sebagai penopang bagi penyelenggaraan atau aktivitas pemerintahan.

2. Fungsi Regulered (Fungsi Mengatur)

Dalam hal ini pajak digunakan untuk mengatur dan mengarahkan masyarakat ke arah yang dikehendaki pemerintah. Oleh karena nya fungsi mengatur ini menggunakan pajak untuk mendorong dan mengendalikan kegiatan masyarakat yang dipandang negatif.

b. Pembagian Jenis Pajak

Berikut adalah pembagian jenis pajak menurut Halim (2020):

1. Pajak Menurut Golongannya

- a. Pajak Langsung: Pajak yang harus ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak dan pembebanannya tidak dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Penghasilan.
- b. Pajak Tidak Langsung: Pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai.

2. Pajak Menurut Sifatnya

- a. Pajak Subjektif: Pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subyeknya dan selanjutnya dicari syarat objektifnya, dalam arti memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contoh: Pajak Penghasilan.
- b. Pajak Objektif: Pajak yang berdasarkan objeknya tanpa memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai.

3. Pajak Menurut Lembaga Pemungutnya

- a. Pajak Pusat: Pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contoh: Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.
- b. Pajak Daerah: Pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah.
- c. Pajak Provinsi: Terdiri atas Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, Pajak Air Permukaan, dan Pajak Rokok.
- d. Pajak Kabupaten/Kota: Terdiri atas Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, dan Pajak Air Tanah.

2.1.3. Pengertian pemungutan pajak

1. Pemungutan

Pemungutan adalah tindakan atau proses pengambilan atau penarikan sesuatu dari orang atau kelompok tertentu, biasanya dalam konteks administrasi atau pemerintahan. Misalnya, dalam pemungutan pajak, pemerintah mengambil sejumlah uang dari warga negara atau perusahaan sebagai kontribusi wajib untuk mendanai pelayanan publik dan proyek infrastruktur. Pemungutan juga bisa merujuk pada pengumpulan data atau informasi, seperti sensus penduduk atau survei.

2. Pemungutan pajak

pemungutan pajak adalah cara yang dilakukan pemerintah untuk mengumpulkan dana dari warga negara berdasarkan kemampuan mereka untuk membayar, sesuai dengan prinsip keadilan dan efisiensi.

2.1.4 Syarat-syarat Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2019), Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat pemungutan pajak, antara lain :

a. Syarat keadilan.

Pemungutan pajak harus adil sesuai dengan tujuan hukum yakni mencapai keadilan berdasarkan undang-undang dan peraturan lain dalam mengenakan pajak secara umum dan merta, serta disesuaikan kemampuan dengan masing-masing. Sedangkan pelaksanaannya adil yakni dalam dengan memberikan hak bagi Wajib Pajak untuk mengajukan keberatan ke Kepala Kantor Pelayanan Pajak setempat, dan mengajukan banding ke Pengadilan Pajak.

b. Syarat yuridis.

Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang. Syarat yuridis untuk pemungutan pajak reklame di Kota Bandar Lampung diatur dalam Peraturan Walikota (PERWALI) Kota Bandar Lampung Nomor 18 Tahun 2014

c. Syarat ekonomis.

Pemungutan pajak tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan perekonomian, baik produk maupun perdagangan, sehingga tidak kelesuan menimbulkan perekonomian masyarakat.

d. Syarat finansial.

Pemungutan pajak harus efisien sesuai fungsi budgetair. Biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya.

e. Sistem pemungutan pajak harus sederhana.

Sistem pemungutan pajak yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan

2.1.5 Sistem Pemungutan Pajak

Terdapat beberapa cara untuk memungut pajak menurut (Pudyatmoko, 2009), Cara tersebut kemudian dibagi menurut sifatnya sebagai berikut :

a. Menurut Waktu Pemungutan

Berdasarkan waktu pemungutan, pajak dapat dibedakan menjadi dua. Pertama, pemungutan pajak yang dilakukan pada awal tahun pajak (*voorheffing*). Kedua, pemungutan pajak yang dilakukan pada akhir tahun pajak (*naheffing*).

b. Menurut Dasar Penetapan Pajak

Selain asas dalam pemungutan pajak, terdapat juga stelsel pajak yang tidak terlepas dari pembicaraan mengenai sistem pemungutan. Dalam konteks ini, sistem pemungutan pajak lebih menekankan pada masalah waktu. Umumnya ada tiga sistem yaitu:

1. Stelsel Nyata (Riil)

Dalam stelsel riil, pengenaan pajak didasarkan pada keadaan objek pajak yang sesungguhnya. Misalnya, jika pajak dikenakan terhadap penghasilan, maka pengenaan pajak didasarkan pada penghasilan yang sungguh-sungguh diterima oleh wajib pajak. Karena

pengenaan didasarkan pada keadaan objek pajak, pemungutan pajak dilakukan setelah masa/tahun berakhir (*naheffing*). Stelsel ini memiliki keunggulan yaitu wajib pajak dan fiskus tidak dirugikan oleh perubahan keadaan objek pajak selama masa/tahun pajak. Namun, kelemahan dari stelsel ini adalah uang pajak masuk ke kas negara/daerah lebih lambat karena pemungutan dilakukan setelah masa/tahun pajak berakhir.

2. Stelsel Anggapan (Fiktif)

Dalam stelsel anggapan, pengenaan pajak didasarkan pada anggapan hukum tertentu. Oleh karena itu, stelsel ini juga disebut stelsel fiktif. Dalam sistem ini, wajib pajak sudah mengetahui besarnya pajak untuk tahun berikutnya, sehingga pemungutan pajak dilakukan di awal tahun (*voorheffing*). Kelebihan dari stelsel ini adalah uang hasil pajak segera masuk ke kas negara atau daerah. Kekurangannya adalah dapat merugikan wajib pajak jika terjadi penurunan objek pajak selama tahun berjalan, dan juga dapat merugikan negara/daerah jika terjadi kenaikan objek pajak selama tahun berjalan.

3. Stelsel Campuran

Stelsel campuran adalah perpaduan antara stelsel nyata dan stelsel anggapan. Di awal tahun pajak, utang pajak dikenakan berdasarkan stelsel fiktif sebagai ketentuan sementara, dan setelah tahun pajak berakhir, dilakukan koreksi berdasarkan keadaan objek pajak yang sesungguhnya. Stelsel ini memiliki kelebihan yaitu uang pajak sudah bisa digunakan sejak awal tahun dan tidak merugikan wajib pajak maupun fiskus jika terjadi perubahan pada objek pajak. Kekurangannya adalah ketentuan pajak dilakukan dua kali dalam satu tahun, yang tidak efisien.

c. Menurut yang Menetapkan Pajaknya

Menurut yang menetapkan pajak, sistem ini kemudian dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. *Official Assessment System*

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah selaku fiscus untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. Wajib pajak dalam hal ini bersifat pasif sehingga wajib pajak baru mengetahui adanya utang pajak setelah dikeluarkannya Surat Ketetapan Pajak misalnya Pajak Reklame (Safri, nurmantu, 2013)

2. *Self Assessment System*

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. Wajib pajak dalam hal ini bersifat aktif karena ikut menentukan besar pajaknya mulai dari menghitung, menyetor hingga melaporkan misalnya Pajak Penghasilan (PPh).

3. *With Holding System*

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga. Pihak ketiga bukan fiscus maupun wajib pajak. Sistem ini dapat dilihat dalam Penerapan Pajak Penghasilan (PPh) pasal 21 misalnya dalam instansi pemerintah, pihak ketiganya adalah bendaharawan pemerintah yang bertanggung jawab untuk memotong pajak terhadap penghasilan yang mereka bayarkan.

2.1.6 Tinjauan umum tentang optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud, 1997) optimalisasi berasal dari kata optimal berarti terbaik, tertinggi, sedangkan optimalisasi berarti suatu proses meninggikan atau meningkatkan ketercapaian dari tujuan yang diharapkan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Selain itu,

optimalisasi merupakan sebuah proses, cara dan perbuatan untuk mengoptimalkan.

Winardi (1996), menyatakan bahwa optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan sedangkan jika dipandang dari sudut usaha, optimalisasi adalah usaha untuk memaksimalkan suatu kegiatan sehingga dapat mewujudkan keuntungan yang diinginkan atau dikehendaki.

Menurut Sidik (2002), optimalisasi merupakan suatu tindakan/kegiatan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, optimalisasi yang dimaksud adalah suatu bentuk tindakan yang dilakukan untuk mencapai hasil terbaik dalam memungut pajak daerah. Oleh karena itu diperlukan intensifikasi dan ekstensifikasi subyek dan obyek pendapatan. Jangka pendek kegiatan yang paling mungkin dilakukan adalah dengan melakukan intensifikasi terhadap obyek atau sumber pendapatan daerah yang sudah ada terutama melalui pemanfaatan teknologi informasi. Efektivitas dan efisiensi sumber atau obyek pendapatan daerah khususnya pajak daerah, sehingga dapat meningkatkan produktivitas pajak daerah. Sedangkan untuk melakukan perluasan pajak daerah perlu adanya studi lanjut terkait potensi yang mungkin digali.

Optimalisasi adalah sebuah proses, cara dan perbuatan (aktivitas/kegiatan) untuk mencari solusi terbaik dalam beberapa masalah, dimana yang terbaik sesuai dengan kriteria tertentu (Paparang dkk, 2017).

Optimalisasi adalah hasil yang dicapai sesuai dengan keinginan, jadi optimalisasi merupakan pencapaian hasil sesuai harapan secara efektif dan efisien (Rahmawan, 2012).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi adalah suatu proses, cara dan perbuatan dalam melaksanakan program yang telah direncanakan

dengan terencana untuk mencapai tujuan/target sehingga dapat meningkatkan kinerja secara optimal.

2.1.7 Strategi Optimalisasi Pajak

a. Intensifikasi

Intensifikasi pajak adalah upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak dari wajib pajak yang sudah terdaftar dengan cara memperbaiki dan mengoptimalkan proses pemungutan pajak. Beberapa langkah yang sering disebutkan oleh beliau dalam konteks intensifikasi pajak meliputi:

1. Pengawasan dan Penegakan Hukum

adalah upaya sistematis untuk meminimalkan pelanggaran pajak melalui pemantauan langsung di lapangan serta penerapan sanksi administratif dan hukum terhadap wajib pajak yang tidak patuh.

2. Peningkatan Kapasitas Petugas Pemungut Pajak

bertujuan untuk meningkatkan kompetensi, profesionalisme, dan kemampuan teknis petugas pajak melalui pelatihan rutin, pembinaan, serta penguasaan teknologi agar pemungutan dan pelayanan perpajakan berjalan lebih efektif, komunikatif, dan akuntabel.

Dengan langkah-langkah ini, penerimaan pajak di harapkan dapat meningkat secara signifikan dan efisien, serta memastikan kepatuhan wajib pajak yang lebih baik.

b. Extensifikasi

Menurut Mardiasmo (2018), menekankan pentingnya ekstensifikasi sebagai salah satu upaya strategis untuk meningkatkan penerimaan pajak negara. Beliau menjelaskan bahwa ekstensifikasi pajak adalah proses yang bertujuan untuk memperluas basis pajak melalui penambahan jumlah wajib pajak baru dan objek pajak yang sebelumnya belum terdaftar. Menurut Mardiasmo, strategi ini sangat vital terutama dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, di mana masih banyak

potensi pajak yang belum tergali dengan baik. Langkah-langkah dalam ekstensifikasi termasuk:

1. Penggunaan Teknologi Baru

upaya meningkatkan penerimaan pajak melalui pemanfaatan sistem digital untuk efisiensi administrasi, akurasi data, serta transparansi dalam pengawasan dan pelayanan pajak.

2. Kerjasama Antarinstansi

Membangun kerjasama yang solid antara berbagai instansi pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah, untuk memastikan bahwa semua potensi pajak dapat teridentifikasi dan dikelola dengan baik.

Melalui ekstensifikasi pajak, diharapkan dapat memperluas basis pajak dan pada akhirnya meningkatkan penerimaan negara secara signifikan. Prof. Dr. Mardiasmo juga menekankan bahwa ekstensifikasi harus dilakukan dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas untuk menjaga kepercayaan wajib pajak.

2.2 Kajian Umum Tentang Pajak Daerah

2.2.1 Pengertian Pajak Daerah

Pajak daerah adalah : “Pajak yang dipungut daerah berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut”. Sedangkan menurut pasal 1 ayat 28 Undang-Undang RI No. 28 tahun 2009 pajak adalah :

Pajak daerah ialah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dipaksakan berdasarkan perundang-undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Dengan demikian, pajak daerah merupakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan peraturan daerah (Perda), yang wewenang pemungutannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu pajak Provinsi dan pajak kabupaten/kota. Pembagian ini dilakukan sesuai dengan kewenangan pengenaan dan pemungutan masing-masing jenis pajak daerah pada wilayah administrasi Provinsi atau kabupaten/kota yang bersangkutan. Berdasarkan Undang-Undang RI No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, ditetapkan lima jenis pajak Provinsi dan sebelas jenis pajak kabupaten/kota.

2.2.2 Objek Dan Subjek Pajak Daerah

Objek, Subjek, dan Wajib Pajak Daerah Pengertian objek pajak dijelaskan oleh R. Santoso Brotodijarjo dalam bukunya Pengantar Ilmu Hukum Pajak yang dikutip oleh Siahaan (2016), menyatakan bahwa Objek Pajak merupakan manifestasi dari taatbestand (keadaan nyata). Taatbestand adalah keadaan, peristiwa, atau perbuatan yang menurut peraturan perundang-undangan pajak dapat dikenakan pajak. Objek Pajak Daerah dalam Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, telah ditetapkan secara tegas apa yang menjadi suatu jenis pajak daerah dan apa yang dikecualikan dari objek pajak daerah.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 29 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Subjek pajak daerah adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan pajak daerah. Sementara itu, berbeda dengan pengertian wajib pajak daerah menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 yaitu wajib pajak daerah adalah orang pribadi atau badan yang menurut peraturan perundang-undangan perpajakan daerah diwajibkan untuk melakukan pembayaran pajak yang terutang, termasuk pemungut atau

pemotong pajak tertentu. Pengertian siapa yang menjadi subjek pajak dan wajib pajak pada suatu jenis pajak daerah ditentukan secara jelas dalam peraturan daerah yang mengatur pajak daerah bersangkutan (Siahaan, 2016). Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, maka jenis-jenis pajak daerah terdiri dari:

- 1) pajak Provinsi, ditetapkan sebanyak 5 jenis pajak, yaitu:
 - a) Pajak Kendaraan Bermotor
 - b) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
 - b) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
 - c) Pajak Air Permukaan
 - d) Pajak Rokok
- 2) Pajak Kabupaten/Kota, ditetapkan sebanyak 11 jenis pajak, yaitu:
 - a) Pajak Hotel
 - b) Pajak Restoran
 - c) Pajak Hiburan
 - d) Pajak Reklame
 - e) Pajak Penerangan Jalan (PPJ)
 - f) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
 - g) Pajak Parkir
 - h) Pajak Air Tanah
 - i) Pajak Sarang Burung Walet
 - j) Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan (PBBP2)
 - k) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

2.3 Kajian Umum Tentang Pajak Reklame

2.3.1 Pengertian Pajak Reklame

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 menyatakan bahwa: “Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu.”

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

2.3.2. Dasar Hukum Pajak Reklame

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

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
2. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 12 Tahun 2017
5. Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 01 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah
6. Peraturan Walikota Bandar Lampung No 18 Tahun 2014 Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame

2.3.3. Penetapan Pemungutan Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Walikota Kota Bandar Lampung Nomor 18 Tahun 2014 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah menyatakan, jenis pajak yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah antara lain sebagai berikut:

1. Badan menetapkan pajak terutang menggunakan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD).

2. Badan secara jabatan dapat menerbitkan SKPD berdasarkan data yang diperoleh atau dimiliki oleh Daerah dalam hal wajib pajak tidak melakukan pendaftaran NPWPD bagi jenis pajak reklame.
3. Wajib pajak dapat melaporkan secara mandiri kondisi obyek pajak pada masa/tahun berikutnya dengan menggunakan Surat Pendaftaran Objek Pajak Daerah (SPOPD).
4. Dalam hal wajib pajak tidak melaporkan kondisi objek pajak pada masa/tahun berikutnya, maka Badan melakukan pendataan terhadap objek pajak sebelum melakukan penetapan pajak terutang.
5. Hasil pendataan terhadap objek pajak sebelum melakukan penetapan pajak terutang dituangkan dalam Laporan Hasil Pemeriksaan Objek Pajak (LHPOP) yang memuat paling sedikit tentang dasar pengenaan pajak dan jumlah pajak yang seharusnya terutang.

2.3.4 Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame atau perusahaan jasa periklanan yang terdaftar pada dinas pendapatan daerah kabupaten/kota. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame. Peraturan Walikota Bandar Lampung No 18 Tahun 2014 Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame, menjelaskan terkait objek dan bukan objek pajak reklame diantara ialah sebagai berikut:

1. Objek Pajak Reklame

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

a. Reklame papan/billboard

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

b. Reklame videotron/ megatron

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

c. Reklame kain

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

d. Reklame melekat/stiker

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

e. Reklame selebaran

Reklame selebaran yaitu reklame yang terbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.

f. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan

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

g. Reklame udara

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

h. Reklame apung

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

i. Reklame film/slide

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

j. Reklame peragaan

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

2. Objek Pajak Reklame yang dikecualikan adalah :

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

2.3.5 Subjek dan Wajib Pajak Reklame

Pada pajak reklame subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemasangan reklame. Sementara itu wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan

reklame. Jika reklame diselenggarakan langsung oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila penyelenggaraan reklame dilaksanakan oleh pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

Serta Peraturan Walikota Bandar Lampung No 18 Tahun 2014 Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame. Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten atau kota untuk mengenakan atau tidak mengenakan suatu jenis pajak kabupaten atau kota. Oleh karena itu, untuk dapat dipungut pada suatu daerah kabupaten atau kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan Peraturan Daerah tentang Pajak Reklame yang akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan pajak reklame di daerah kabupaten atau kota yang bersangkutan.

2.4 Kajian Umum Tentang Pendapatan Asli Daerah

2.4.1 Definisi Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan asli daerah (PAD) merupakan pendapatan yang diterima daerah dan dipungut berdasarkan peraturan daerah yang telah diatur dan ditetapkan sesuai dengan perundang-undangan. Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Pasal 285, pendapatan asli daerah merupakan pendapatan yang didapat kabupaten/kota sesuai peraturan daerah dan perundang-undangan yang berlaku. Menurut Darise (2009), dalam penyelenggaraan pemerintahan PAD harus terus ditingkatkan dengan tujuan keberlangsungan kegiatan pembangunan dan sebagai sumber belanja daerah dalam rangka meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan daerah (Raihan dkk, 2021).

Kemampuan suatu daerah dalam mengelola sumber-sumber PAD berpengaruh terhadap perkembangan dan pembangunan daerah. Semakin besar kontribusi PAD terhadap Anggaran Perencanaan Belanja Daerah

(APBD), maka kinerja pemerintah semakin dianggap baik. PAD yang tinggi menunjukkan bahwa pemerintah daerah mampu mengelola rumah tangganya secara mandiri yang akan berdampak pada kemakmuran rakyat. Kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat yang diukur dengan rasio PAD terhadap jumlah bantuan pemerintah pusat dan pinjaman, sehingga dapat diketahui tingkat kemampuan daerah dalam mencapai target pendapatan daerahnya (Saraswati & Rioni, 2019). PAD bertujuan sebagai sumber utama pendapatan daerah semata-mata ditunjukkan untuk pelaksanaan pembangunan oleh pemerintah daerah agar hasil pembangunan dapat dirasakan oleh masyarakat. Setiap daerah dituntut untuk menggali sumber-sumber penerimaan daerah yang potensial dalam pelaksanaan otonomi daerah. Dalam upaya peningkatan PAD setiap daerah otonom melakukan berbagai inovasi dan usaha untuk mencari sumber pendapatan daerah yang berpeluang besar dalam meningkatkan ekonomi daerah.

2.4.2. Sumber Pendapatan Asli Daerah

Daerah diberikan hak untuk mendapatkan sumber keuangan yang antara lain berupa kepastian tersedianya pendanaan dari pemerintah sesuai dengan urusan pemerintah yang diserahkan; kewenangan memungut dan mendayagunakan pajak dan retribusi daerah dan hak untuk mendapatkan bagi hasil dari sumber daya nasional yang berada di daerah dan dana perimbangan lainnya; serta hak untuk mengelola kekayaan daerah dan mengelola kekayaan daerah dan mendapatkan sumber-sumber pendapatan lain yang sah serta sumber-sumber pembiayaan.

Secara umum, sumber-sumber PAD dapat dikelompokkan menjadi empat jenis yaitu sebagai berikut (Nasir, 2019):

a. Pajak Daerah

Berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah diartikan sebagai sumbangan wajib yang dikenakan oleh orang pribadi dan badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang

berlaku dan digunakan sepenuhnya untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah.

b. Retribusi Daerah

Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Retribusi merupakan pungutan daerah yang dikenakan sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/ diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan pribadi atau badan.

c. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Sumber PAD tersebut berasal dari penerimaan daerah yang berasal dari pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Pasal 6 ayat 3, sumber PAD yang berasal dari kekayaan daerah yang dipisahkan meliputi sebagai berikut:

- a) bagian laba dari badan usaha milik daerah (BUMD)
- b) bagian laba lembaga keuangan bank
- c) bagian laba lembaga keuangan non-bank; dan
- d) bagian laba atas pernyataan modal/investasi.

d. Lain-lain PAD yang Sah

Pendapatan ini merupakan penerimaan daerah yang berasal dari milik pemerintah daerah. Dana yang bersumber dari pendapatan asli daerah tersebut merupakan salah satu faktor penunjang dalam melaksanakan kewajiban daerah untuk membiayai belanja serta pembangunan daerah.

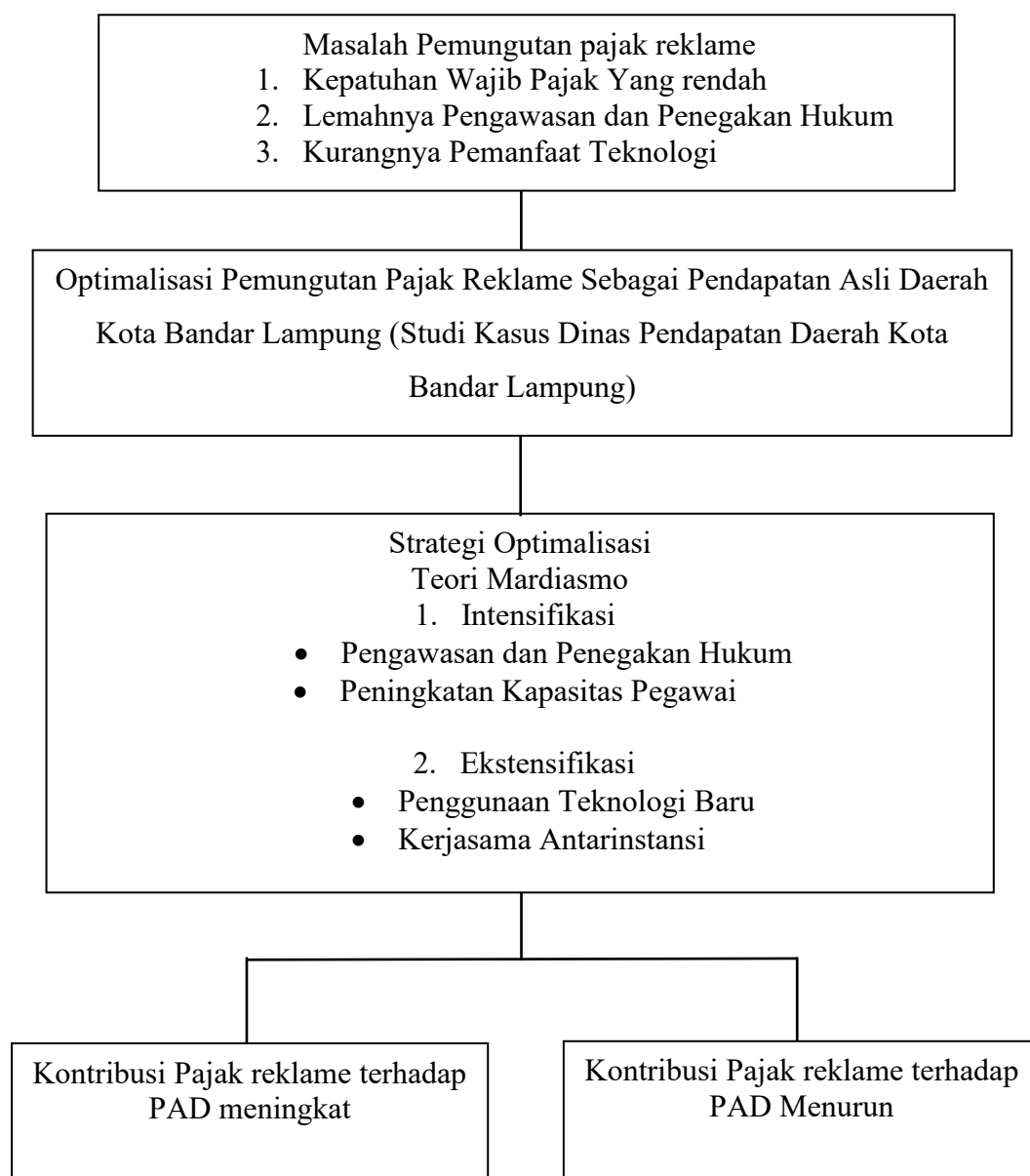
Menurut Wahyudi dalam (Nasir, 2019), besarnya tuntutan PAD dipengaruhi oleh banyaknya kewenangan yang dilimpahkan pada pemerintah daerah disertai pengalihan personil, peralatan, pembiayaan dan dokumen ke daerah dalam jumlah tidak sedikit. Oleh karena itu, setiap daerah dituntut untuk mampu mencari potensi-

potensi sumber PAD secara maksimal. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan PAD tidak dapat mencapai target secara maksimal, antara lain sebagai berikut:

- 1) BUMD kurang berkontribusi sebagai sumber pendapatan daerah
- 2) sentralisasi perpajakan yang tinggi
- 3) sedikitnya sumber pajak yang bisa dijadikan pendapatan utama
- 4) munculnya kekhawatiran terjadinya disintegrasi dan separatisme yang terjadi apabila sumber keuangan tinggi
- 5) ketergantungan fiskal terhadap pemerintah pusat.

2.5 Kerangka pikir

Sebuah kerangka pemikiran yang kokoh menjadi dasar bagi setiap strategi yang diambil untuk mengoptimalkan pemungutan pajak reklame. Dengan membangun kerangka pemikiran yang komprehensif, BAPENDA Kota Bandar Lampung dapat mengidentifikasi masalah mendasar, menganalisis faktor yang mempengaruhi, dan merumuskan langkah spesifik untuk meningkatkan kinerja pemungutan pajak reklame.



Gambar 1. Kerangka Pikir

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif. Dalam Bungin (2008) Penelitian kualitatif melampaui berbagai tahapan berfikir kritis-ilmiah, yang mana seorang peneliti memulai melalui pengamatan di lapangan, kemudian menganalisisnya dan berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati itu. Hal ini sejalan dengan pendapat Bogdan dan Taylor. (Moleong, 2016) yang menyatakan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode penelitian kualitatif biasa juga disebut dengan penelitian naturalistik dikarenakan penelitian ini dilakukan dalam keadaan atau kondisi alamiah. Adapun yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat pendekatan kualitatif, dengan mengangkat sebuah fenomena yang terjadi dalam lingkup BAPENDA Kota Bandar Lampung. Berikut ini adalah hal-hal yang terkait dalam metode penelitian yang akan digunakan dalam meneliti permasalahan ini.

3.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah mengkaji optimalisasi penerimaan pajak reklame melalui pendekatan intensifikasi dan ekstensifikasi. Intensifikasi berfokus pada peningkatan efisiensi dan efektivitas pengelolaan pajak dari objek reklame yang sudah terdaftar. Hal ini dapat dicapai melalui pengawasan yang lebih ketat, penyesuaian tarif yang tepat, pengurangan Penyimpangan pajak, dan pemanfaatan teknologi informasi untuk memastikan pencatatan yang akurat dan pengawasan yang berkelanjutan. Dengan demikian,

setiap objek reklame yang ada dapat memberikan kontribusi pajak yang maksimal. berikut adalah beberapa langkah intensifikasi pajak reklame:

1. Intensifikasi Pajak Reklame dengan indikator sebagai berikut :

- Pengawasan dan Penegakan Hukum
Meningkatkan intensitas pengawasan terhadap kepatuhan wajib pajak serta menerapkan sanksi administratif yang tegas bagi pelanggaran yang ditemukan, sebagai bentuk penegakan hukum yang konsisten.
- Peningkatan Kapasitas Petugas Pemungut Pajak
Upaya untuk meningkatkan kompetensi, keterampilan, dan profesionalisme petugas melalui pelatihan dan pembinaan, agar mereka mampu menjalankan tugas pemungutan, pengawasan, dan pelayanan pajak secara efektif dan sesuai ketentuan

Sementara itu, ekstensifikasi bertujuan untuk memperluas basis pajak dengan mengidentifikasi dan memasukkan objek reklame baru yang belum terdaftar. Langkah ini meliputi pemetaan potensi lokasi pemasangan reklame baru, sosialisasi kepada pelaku usaha tentang kewajiban pajak, dan penegakan hukum bagi yang tidak patuh. Dengan memperluas basis objek pajak, penerimaan pajak reklame dapat meningkat secara signifikan. berikut adalah beberapa langkah ekstensifikasi pajak reklame:

2. Ekstensifikasi Pajak Reklame dengan indikator sebagai berikut :

- Penggunaan Teknologi Baru
meningkatkan penerimaan pajak melalui pemanfaatan sistem digital untuk efisiensi administrasi, akurasi data, serta transparansi dalam pengawasan dan pelayanan pajak.
- Kerjasama Antarinstansi
Sinergi antara lembaga pemerintah pusat dan daerah untuk mengoptimalkan identifikasi dan pengelolaan potensi pajak secara menyeluruh.

Penelitian ini juga akan mencakup analisis data primer yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data-data ini akan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi lapangan serta variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame. Laporan pendapatan pajak reklame dari beberapa periode juga akan dianalisis untuk melihat tren pendapatan dan efektivitas kebijakan yang telah diterapkan. Dengan melakukan intensifikasi dan ekstensifikasi secara efektif, pemerintah daerah dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame secara signifikan, yang kemudian dapat digunakan untuk mendanai berbagai proyek pembangunan dan pelayanan publik.

3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti mendapatkan sumber data berupa informasi yang relevan untuk mendukung penelitian ini. Penelitian ini kemudian dilakukan pada Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung yang berada di Jalan Dr. Susilo Nomor 2 Pahoman Bandar Lampung. Alasan Peneliti Melakukan Penelitian di Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) adalah karena sebagai Badan penyelenggara untuk pengelolaan dan pemungutan pendapatan daerah berdasarkan pelaksana asas otonomi daerah di bidang pendapatan dan sebagai koordinator instansi lain dalam perencanaan, pelaksanaan, pengendalian hingga evaluasi pemungutan pendapatan daerah. Pada Peraturan Walikota Bandar Lampung Nomor 63 Tahun 2016 Tentang Tugas, Fungsi Dan Tata Kerja Badan Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung Pada Pasal 3 mengatakan Badan Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung mempunyai tugas melaksanakan sebagian urusan Pemerintahan di bidang pengelolaan pendapatan daerah dari sektor pajak daerah.

3.4. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian kualitatif dimaksudkan kepada orang yang memberikan informasi terhadap hal-hal yang diteliti. Menurut (Moleong, 2014) menyatakan bahwa informan adalah seseorang atau kelompok yang

diharapkan dapat memberikan informasi terhadap situasi dan kondisi latar penelitian sehingga mereka harus memiliki banyak pengalaman dan pengetahuan mengenai latar penelitian tersebut. Dalam penelitian ini penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling* dengan mengambil sampel sumber data berdasarkan pertimbangan dan juga tujuan tertentu. Alasan peneliti menggunakan teknik tersebut dikarenakan untuk mendapatkan data yang lebih akurat dalam proses penelitian ini. Adapun narasumber dalam proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kabid Pajak Reklame
2. Kasubbid Perencanaan dan Ekstensifikasi
3. Kepala UPTD
4. Wajib Pajak Reklame Kota Bandar Lampung

3.5. Jenis dan Sumber data

Sumber data dalam penelitian kualitatif dapat dikelompokkan jenisnya. Adapun sumber data yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1. Data Primer

Dalam pelaksanaan penelitian ini, data utama yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari narasumber atau informan melalui kegiatan wawancara, observasi lapangan, serta dokumentasi yang dikumpulkan langsung di lokasi penelitian. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2020), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, baik individu maupun kelompok, yang memiliki otoritas dan pengetahuan terkait objek yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, data primer bersumber dari pegawai Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA), petugas UPT Pajak, serta dokumen dan temuan di lapangan mengenai pelaksanaan intensifikasi dan ekstensifikasi pajak reklame.

Penggunaan data primer dalam penelitian ini sangat krusial, karena memberikan informasi terkini, autentik, dan relevan terhadap fenomena yang sedang diteliti. Melalui data primer, peneliti dapat melakukan analisis yang

lebih tajam dan faktual terkait efektivitas kebijakan perpajakan reklame, tingkat kepatuhan wajib pajak, hingga kondisi aktual pengawasan dan penegakan hukum di lapangan. Selain itu, data primer juga memberikan gambaran menyeluruh terkait faktor-faktor penghambat maupun pendukung optimalisasi penerimaan pajak reklame di daerah.

Secara umum, berikut ini adalah jenis-jenis data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini, lengkap dengan contoh, fungsi, dan penjelasannya:

1. Data Pengawasan Pajak Reklame

Data ini menunjukkan sejauh mana pemerintah daerah melalui BAPENDA menjalankan fungsi pengawasan terhadap keberadaan objek pajak reklame di wilayahnya. Pengawasan ini mencakup aspek administratif dan lapangan, serta bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh objek reklame telah tercatat, memiliki izin yang sah, dan membayar pajak sesuai ketentuan.

Komponen data pengawasan yang dikumpulkan antara lain:

- Jadwal dan frekuensi pengawasan: Misalnya apakah pengawasan dilakukan secara harian, mingguan, atau hanya bersifat insidental.
- Sistem dan metode pengawasan: Seperti penggunaan checklist lapangan, aplikasi berbasis GIS untuk pelacakan lokasi reklame, atau sistem pelaporan masyarakat.
- Hasil pengawasan: Termasuk jumlah reklame aktif yang terdaftar, reklame ilegal yang tidak membayar pajak, serta reklame yang sudah kadaluarsa namun masih terpasang.
- Bentuk dokumentasi lapangan: Bukti visual seperti foto reklame yang melanggar, daftar titik reklame, serta laporan harian atau bulanan dari petugas UPT.
- Contoh praktik di lapangan: Pemberian stiker pada reklame yang telah membayar pajak, serta penempelan tanda peringatan pada reklame yang belum patuh.

Data ini membantu untuk mengevaluasi apakah mekanisme pengawasan sudah berjalan optimal atau masih ditemukan kekurangan, seperti keterbatasan SDM, alat, atau ketidakteraturan jadwal pengawasan.

2. Data Penegakan Hukum atas Pelanggaran Pajak Reklame

Penegakan hukum adalah bagian dari tahapan penting dalam sistem pajak daerah. Setelah ditemukan pelanggaran dalam pengawasan, maka tindakan hukum perlu diambil sebagai bentuk sanksi dan penertiban. Data ini mencerminkan respons pemerintah daerah terhadap pelanggaran pajak reklame.

Jenis data yang dikumpulkan mencakup:

- Jumlah dan jenis surat teguran (STP, surat paksa): Data ini menunjukkan seberapa banyak pelanggaran yang ditindak secara administratif.
- Kasus penertiban langsung oleh Satpol PP: Seperti pembongkaran media reklame ilegal, pemotongan spanduk liar, dan penyegelan reklame tanpa izin.
- Bukti kegiatan penegakan hukum: Laporan berita acara penertiban, foto atau video dokumentasi tindakan hukum, serta koordinasi antarinstansi (misalnya surat permintaan bantuan kepada Satpol PP).
- Jenis sanksi: Baik administratif (denda) maupun fisik (pencopotan reklame).
- Tingkat kepatuhan pascapenegakan hukum: Misalnya apakah setelah ditegur, WP langsung membayar pajak atau tetap bandel.

Penegakan hukum yang konsisten sangat penting agar ada efek jera dan meningkatkan kepatuhan di masa depan.

3. Data Peningkatan Kapasitas Pegawai Pajak Daerah

Salah satu aspek penting dalam mendukung keberhasilan kebijakan perpajakan reklame adalah kualitas dan kompetensi SDM di bidang pajak. Oleh karena itu, data terkait pelatihan, pembinaan, dan peningkatan

kapasitas pegawai sangat diperlukan untuk melihat sejauh mana profesionalisme petugas dapat menunjang optimalisasi penerimaan pajak.

Jenis data yang dikumpulkan:

- Program pelatihan dan bimtek: Jumlah pegawai yang mengikuti pelatihan perpajakan, teknologi informasi pajak, atau pelatihan etika pelayanan publik.
- Durasi dan materi pelatihan: Apakah pelatihan bersifat dasar, lanjutan, atau tematik seperti “Pengawasan Objek Pajak Reklame”.
- Evaluasi hasil pelatihan: Misalnya adanya peningkatan efektivitas dalam pencatatan pajak, kemampuan menyusun laporan, atau pemanfaatan aplikasi pengawasan.
- Dokumentasi pendukung: Sertifikat pelatihan, daftar hadir, dan modul pelatihan.
- Tanpa peningkatan kapasitas SDM, sistem pajak reklame dapat menjadi stagnan karena bergantung pada metode manual dan personel yang tidak terlatih.

4. Data Kerja Sama Antarinstansi

Dalam pengelolaan pajak reklame, tidak mungkin hanya BAPENDA yang bekerja sendiri. Diperlukan kerja sama lintas sektor dengan instansi lain, baik dalam pengawasan, pendataan, penegakan hukum, maupun sosialisasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, data mengenai pola dan efektivitas kerja sama antarlembaga sangat penting.

Data kerja sama yang dikumpulkan antara lain:

- Instansi mitra: Satpol PP, Dinas Perizinan, Diskominfo, kecamatan, dan kelurahan.
- Jenis kerja sama: Misalnya kegiatan patroli gabungan, pertukaran data izin reklame, integrasi sistem informasi reklame antarinstansi.
- Frekuensi koordinasi: Seberapa sering diadakan rapat koordinasi, forum diskusi, atau FGD lintas instansi.
- Bentuk hasil kerja sama: Notulen, MoU, SK Tim Gabungan, serta dokumentasi kegiatan di lapangan.

Kolaborasi lintas sektor menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana kebijakan pajak reklame memiliki dukungan administratif dan teknis secara luas.

5. Data Objek Pajak Reklame dan Keuangan

Sebagai dasar pengenaan pajak, data ini berkaitan langsung dengan karakteristik objek reklame dan perolehan keuangan daerah:

- Jenis reklame: Billboard, baliho, spanduk, neon box, LED display.
- Ukuran reklame: Digunakan untuk perhitungan tarif sesuai Perda.
- Pendapatan dan target pajak: Data dari laporan keuangan tahunan.
- Tunggakan pajak dan potensi pendapatan baru.

Secara keseluruhan, data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini memiliki peran penting dalam memberikan gambaran empiris dan faktual mengenai kondisi lapangan terkait pengelolaan pajak reklame. Data ini tidak hanya menjadi landasan untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan dan kinerja aparatur pajak, tetapi juga sebagai alat untuk mengidentifikasi potensi perbaikan ke depan. Melalui pendekatan berbasis data, rekomendasi yang dihasilkan diharapkan lebih tepat sasaran, terukur, dan mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), khususnya dari sektor pajak reklame

3.5.2. Data Sekunder

Untuk menunjang data primer dibutuhkan data sekunder yang merupakan data dalam bentuk buku, karya ilmiah, jurnal, media online, dokumen (arsip, foto, video, data statistik) serta bentuk lainnya yang mendukung penelitian. Pada penelitian ini, data sekunder menggunakan laporan tunggakan dan pendapatan Pajak Reklame BAPENDA Kota Bandar Lampung, buku dan juga refrensi dari penelitian terdahulu.

3.6. Teknik dan Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang valid, dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi. Yang di maksud dengan teknik Triangulasi sumber adalah untuk memperoleh informasi dari sumber yang berbeda-beda dengan metode yang sama (Sugiyono, 2015). Dalam hal ini peneliti melakukan aktivitas berupa, observasi partisipatif, wawancara mendalam (*in- depth interview*) serta mengumpulkan dokumentasi yang relevan untuk penelitian sebagai pendukung wawancara dan observasi. Adapun beberapa teknik yang digunakan dalam pengambilan data, yaitu:

3.6.1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian sambil bertatap muka antra pewawancara dengan informan atau orang yang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Bungin, 2008). Untuk penulisan skripsi mengenai optimalisasi pajak reklame, wawancara sangat diperlukan untuk mengumpulkan data primer yang dapat memberikan wawasan mendalam dan akurat tentang kondisi lapangan serta berbagai variabel yang memengaruhi penerimaan pajak reklame.

1) Data Demografi Wawancara:

- a. Informasi umum tentang narasumber, seperti nama, jabatan, dan instansi.
- b. Data Objek Pajak Reklame:
- c. Jenis reklame (billboard, spanduk, baliho, neon box, dll.)
- d. Lokasi pemasangan reklame.
- e. Ukuran reklame.
- f. Durasi penayangan reklame.

2) Data Kebijakan Pajak Reklame:

- a. Tarif pajak reklame yang berlaku.
- b. Proses perhitungan tarif pajak.
- c. Regulasi dan peraturan yang mengatur pajak reklame.

- 3) Data Pendapatan Pajak Reklame:
 - a. Laporan pendapatan pajak reklame dari beberapa periode (misalnya tahunan).
 - b. Analisis tren pendapatan pajak reklame.
 - c. Perbandingan antara target pendapatan dan realisasi pendapatan.
- 4) Data Evaluasi dan Pengawasan:
 - a. Metode pengawasan reklame yang digunakan oleh pemerintah.
 - b. Tantangan yang dihadapi dalam pengawasan dan penarikan pajak reklame.
 - c. Pendapat narasumber tentang efektivitas kebijakan perpajakan reklame saat ini.
- 5) Opini dan Rekomendasi:
 - a. Saran dan rekomendasi dari narasumber untuk meningkatkan optimalisasi pajak reklame.
 - b. Pandangan narasumber tentang potensi intensifikasi dan ekstensifikasi pajak reklame.

3.6.2. Observasi

Observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta di bantu dengan panca indra lainnya (Bungin, 2008). Sedangkan metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Suatu kegiatan pengamatan baru dikategorikan sebagai kegiatan pengumpulan data penelitian apabila memiliki kriteria sebagai berikut menurut pendapat CL.selltiz, et.al (Bungin, 2008) ; Tahapan observasi dilakukan dengan pengambilan data dan pengamatan dilapangan, serta data pendukung penulisan tugas akhir yang merupakan hasil pengumpulan data dari PNS BAPENDA Kota Bandar Lampung dan Wajib Pajak di Kota Bandar Lampung

Jika pengumpulan data dilakukan melalui observasi, berikut adalah beberapa jenis data yang diperlukan:

- 1) Jumlah dan Lokasi Reklame:
 - Observasi langsung terhadap jumlah reklame yang terpasang.
 - Pemetaan lokasi pemasangan reklame.
- 2) Ukuran dan Jenis Reklame:
 - Dokumentasi ukuran reklame (panjang, lebar).
 - Identifikasi jenis reklame (billboard, spanduk, baliho, neon box, dll.).
- 3) Kondisi Fisik Reklame:
 - Observasi kondisi fisik reklame, termasuk kualitas dan pemeliharaannya.
- 4) Durasi Penayangan:
 - Catatan durasi penayangan reklame, terutama yang memiliki batas waktu tertentu.
- 5) Kepatuhan terhadap Regulasi:
 - Observasi kepatuhan reklame terhadap peraturan yang berlaku, seperti izin pemasangan.
 - Interaksi dengan Lingkungan Sekitar:
 - Observasi dampak keberadaan reklame terhadap lingkungan sekitar, seperti lalu lintas atau estetika.

3.6.3. Dokumentasi

Menurut Shidiq & Choiri, (2019) dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung kepada subjek penelitian. Dokumentasi yang bisa berupa dokumen resmi seperti keputusan, surat instruksi, sementara dokumen tidak resmi seperti surat nota, dan surat pribadi yang dapat memberikan informasi pendukung terhadap suatu peristiwa. Penelitian kualitatif memerlukan dokumen sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam

permasalahan penelitian lalu ditelaah secara mendalam sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Mempelajari dan menelaah dokumen-dokumen atau catatan yang terdapat di BAPENDA Kota Bandar Lampung yang ada hubungannya dengan penelitian ini, misalnya laporan Pembayaran Pajak Reklame, struktur organisasi, visi misi, dan sebagainya.

1) Laporan Pendapatan Pajak Reklame:

- Dokumen yang berisi laporan pendapatan pajak reklame dari beberapa periode.
- Analisis tren pendapatan dari waktu ke waktu.

2) Regulasi dan Kebijakan Pajak Reklame:

- Dokumen peraturan daerah (perda) atau regulasi terkait pajak reklame.
- Kebijakan tarif dan perhitungan pajak reklame.

3) Data Objek Pajak:

- Dokumen yang mencatat objek pajak reklame yang terdaftar.
- Informasi detail tentang jenis, ukuran, dan lokasi pemasangan reklame.

4) Laporan Evaluasi dan Pengawasan:

- Dokumen evaluasi efektivitas kebijakan pajak reklame.
- Laporan hasil pengawasan terhadap reklame yang ada.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kelanjutan dari pengolahan data. Data yang sudah diperoleh akan di analisis secara kualitatif serta diuraikan melalui bentuk deskriptif. Miles dan Huberman (1992) dalam Moleong (2016) menyatakan bahwa analisis kualitatif dapat dilakukan dengan cara terus menerus sampai dengan tuntas dan menjadi data jenuh. Adapun teknik dalam menganalisis data, yaitu:

3.7.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data-data sesuai dengan tata cara peneliti Moelong (2016) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian dengan menggunakan teknik dari hasil wawancara, observasi serta dokumentasi.

3.7.2. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai suatu proses pemilihan pada penyederhanaan dengan memilih hal-hal yang dirasa memang penting, merangkum serta juga membuang hal-hal yang dirasa tidak diperlukan. dengan reduksi data maka nantinya akan menghasilkan gambaran dan langkah yang jelas terhadap penelitian selanjutnya.

3.7.3. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Selanjutnya disarankan dalam melakukan display data, selain teks yang naratif juga dapat berupa grafik, matrik, network (jaringan kerja) dan chart. Penyajian data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau memaparkan hasil temuan dalam wawancara terhadap informan yang memahami pelaksanaan program ini, serta menghadirkan dokumen sebagai penunjang data.

3.7.4. Penarikan Kesimpulan

Setelah dilakukan penyajian data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi ini didasarkan pada reduksi data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian. Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif yakni penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif berpotensi menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan, namun mungkin juga belum mampu

menjelaskan rumusan masalah tersebut (Moelong, 2016). Akan tetapi kesimpulan awal pengambilan yang dikemukakan biasanya masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

3.8. Teknik Keabsahan Data

Uji keabsahan dalam penelitian kualitatif menekankan pada uji validitas dan realibitas. Validitas penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu validitas internal dan eksternal. Dalam penelitian kualitatif kredibilitas merupakan validitas internal. Uji kredibilitas atau dengan kata lain uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian dilakukan dengan bermacam-macam cara, yaitu:

a. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, teknik dan waktu (Sugiyono, 2017). Dalam uji kredibilitas triangulasi bertujuan untuk memperkuat teoritis, metodologis dan interpretatif dari penelitian yang dilakukan. Teknik triangulasi bertujuan untuk meningkatkan validitas data yang telah diperoleh dalam penelitian sehingga hasil dari penelitian didapatkan tingkat kebenaran yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Penulis melakukan triangulasi dengan metode triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara menggali informasi menggunakan sumber data penelitian seperti dokumen, arsip, hasil wawancara. Triangulasi sumber dimaksudkan untuk menguji data yang diperoleh dengan pengecekan kembali melalui sumber-sumber penelitian. Data yang diperoleh akan dideskripsikan, dikategorisasikan menjadi kelompok tertentu berdasarkan pandangan yang serupa, berbeda dan spesifik dari sumber tersebut sehingga membentuk suatu kesimpulan.

b. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi yang digunakan dalam uji kredibilitas mencakup bagian pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Pada laporan penelitian, data-data yang ditemukan dilampirkan dalam bentuk foto maupun dokumen autentik agar tidak diragukan kebenarannya.

IV. GAMBARAN UMUM

4.1 Profil Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung

Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung berdiri sejak tahun 1974 berdasarkan Surat Keputusan Wali Kota Madya Kepala Daerah Tingkat II Tanjung Karang-Teluk Betung Nomor: 19/HK/1974, tanggal 25 Maret 1974 tentang Pembentukan Dinas Pajak dan Pendapatan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Tanjung Karang-Teluk Betung serta susunan organisasi dan tata kerjanya.

Sebelum Dinas Pajak dan Pendapatan Daerah dibentuk, pengelolaan pendapatan daerah berada pada organisasi dan tata kerja Sekretariat Kotamadya dengan berpedoman kepada Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Lampung Nomor: G/19/B.III/1974, tentang pedoman susunan organisasi dan tata kerja Dinas Pendapatan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II di Provinsi Lampung, maka dibentuk Dinas Pajak dan Pendapatan Daerah.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor KUPD/7/12/41-101, tanggal 6 Juni 1978 tentang susunan organisasi dan tata kerja Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten/ Kotamadya Daerah Tingkat II, maka diadakan perubahan dengan menetapkan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 1979, tentang susunan organisasi dan tata kerja Dinas Pendapatan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Tanjung Karang-Teluk Betung dan dilaksanakan berdasarkan Surat Keputusan Wali Kota Madya Kepala Daerah Tingkat II Tanjung Karang-Teluk Betung Nomor: 88/DP/HK/1979.

Setelah berjalan beberapa tahun, Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 1979 tidak berlaku lagi dan diganti dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 1985 yang berisi tentang pembentukan susunan organisasi dan tata kerja Dinas Pendapatan Daerah Kota Madya Daerah Tingkat II Bandar Lampung dan kemudian dilaksanakan berdasarkan Surat Keputusan Wali Kotamadya Kepala Daerah Tingkat II Bandar Lampung Nomor: 050/193/1986 tanggal 21 Agustus 1986.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 7 Tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah Kota Bandar Lampung yang mencakup tentang perubahan nama Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Bandar Lampung Menjadi Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung. Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung merupakan unsur penunjang otonomi daerah yang melaksanakan urusan pemerintahan di bidang pengelolaan pendapatan daerah dari sektor pajak daerah.

4.2 Visi dan Misi Badan Pengeolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung

Visi dari Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung adalah “Bandar Lampung yang sehat, cerdas, beriman, berbudaya, nyaman, unggul, dan berdaya saing berbasis ekonomi untuk kemakmuran rakyat”. Tujuan dari dibentuknya Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung adalah untuk mewujudkan kemandirian fiskal daerah melalui pengelolaan dan pelayanan pajak daerah yang mudah, cepat, akurat, dan berbasis IT. Misi dari Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung diantaranya yaitu:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan masyarakat.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan masyarakat.
3. Meningkatkan daya dukung infrastruktur dalam skala mantap untuk mendukung pengembangan ekonomi dan pelayanan sosial.

4. Mengembangkan dan memperkuat ekonomi daerah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
5. Mengembangkan masyarakat agamis, berbudaya, dan mengembangkan budaya daerah untuk membangun masyarakat yang religius.
6. Mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan, pemerintahan yang baik dan bersih, berorientasi kemitraan dengan masyarakat dan dunia usaha menuju tata kelola pemerintahan yang baik, bersih, berwibawa, dan bertanggung jawab untuk mendukung investasi.
7. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas lingkungan hidup skala kota yang sehat sejuk, bersih, dan nyaman bagi kehidupan masyarakat dan ekosistem lingkungan perkotaan.

4.3 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BAPENDAA) Kota Bandar Lampung

Berdasarkan Peraturan Walikota Bandar Lampung Nomor 63 Tahun 2016 Tentang Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung, yaitu pada Pasal 3 dijelaskan Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Bandar Lampung mempunyai tugas melaksanakan sebagian urusan pemerintahan di bidang pengelolaan pendapatan daerah dari sektor pajak daerah. Selanjutnya pada pasal 4 dijelaskan bahwa dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada pasal 3, Dinas Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BAPENDAA) Kota Bandar Lampung melaksanakan fungsi sebagai berikut:

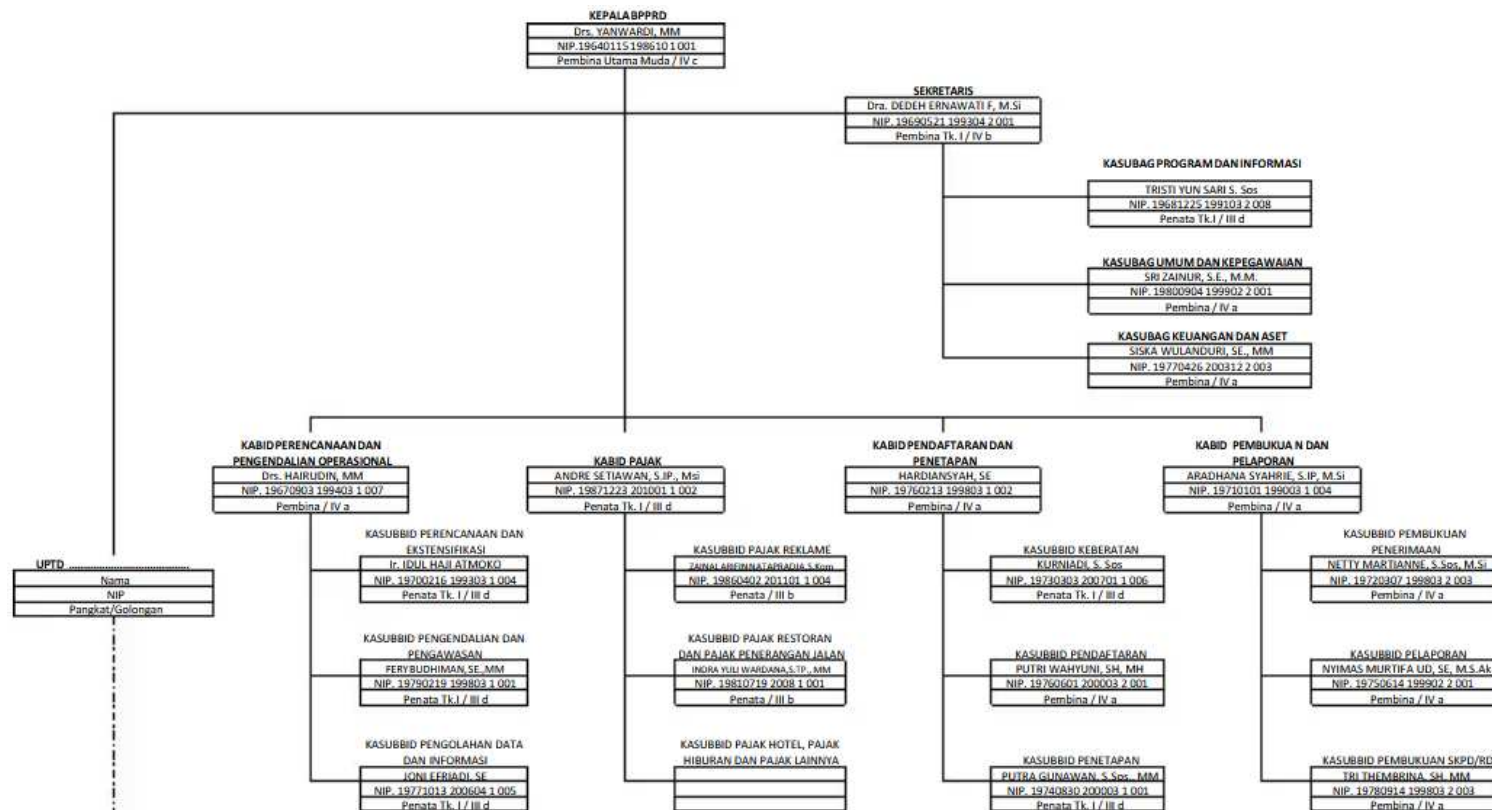
1. Penyusunan kebijakan teknis di bidang perencanaan pembangunan, penelitian dan pengembangan daerah.
2. Pelaksanaan tugas dukungan teknis sesuai dengan lingkup tugasnya.
3. Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan tugas dukungan teknis sesuai dengan lingkup tugasnya.
4. Pembinaan teknis penyelenggaraan fungsi-fungsi penunjang urusan pemerintahan daerah sesuai tugas lingkungannya.
5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Wali Kota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

4.4 Susunan Organisasi Pada Badan Pendapatan Daerah (BAPENDAA) Kota Bandar Lampung

Susunan organisasi pada BAPENDAA terdiri dari :

1. Kepala Badan
2. Sekretariat
 - a. Sub Bagian Program dan Informasi
 - b. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
 - c. Sub Bagian Keuangan dan Aset
3. Bidang Perencanaan dan Pengendalian Operasional
 - a. Sub Bidang Perencanaan dan Ekstensifikasi Pajak Daerah
 - b. Sub Bidang Pengendalian dan Pengawasan
 - c. Sub Bidang Pengolahan Data dan Informasi
4. Bidang Pajak
 - a. Sub Bidang Pajak Reklame
 - b. Sub Bidang Pajak Restoran dan Pajak Penerangan Jalan
 - c. Sub Bidang Pajak Hotel, Pajak Hiburan, dan Pajak Lainnya
5. Bidang Pendaftaran dan Penetapan
 - a. Sub Bidang Pendaftaran
 - b. Sub Bidang Penetapan
 - c. Sub Bidang Sub Bidang Keberatan
6. Bidang Pembukuan dan Pelaporan
 - a. Sub Bidang Pembukuan Penerimaan
 - b. Sub Bidang Pembukuan SKPD/RD
 - c. Sub Bidang Pelaporan
7. Unit Pelaksana Teknis
8. Kelompok Jabatan Fungsional

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH (SKPD)
BADAN PENDAPATAN DAERAH
KOTA BANDAR LAMPUNG



Gambar 2. Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Bandar Lampung

4.5 Kondisi Keuangan Kota Bandar Lampung

4.5.1 Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Bandar

Lampung

Pengertian otonomi bagi Pemerintah daerah sebenarnya bukan status ekonomi dibidang keuangan saja, melainkan mencakup aspek tatanan birokrasi dan pelayanan publik. Ukuran yang lazim digunakan dalam pembahasan otonomi adalah otonomi ditinjau dari aspek kemampuan keuangan daerah dengan kata lain melihat sejauh mana kemandirian Pemerintah daerah untuk dapat membiayai tugas-tugas pemerintahan dan pembangunan diwilayahnya. Kriteria yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat kemandirian ini adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD), yaitu jumlah PAD ditambah dengan Pos Bagi Hasil Pajak dan Non Pajak dibandingkan dengan total pendapatan daerah/ APBD. Secara umum Rencana Anggaran Pendapatan Belanja Daerah Kota Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

1. Tahun pertama pelaksanaan otonomi daerah sesuai Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah:
 - a. Tuntutan tugas dan tanggung jawab yang semakin besar.
 - b. Dengan dana yang terbatas harus mampu menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan.
2. Prinsip Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD)
 - a. Anggaran disusun atas azas-azas efisien, tepat guna, tepat waktu dan dapat dipertanggungjawabkan.
 - b. Kejelasan klasifikasi antara anggaran rutin dan pembangunan.
 - c. Pendapatan yang direncanakan terukur secara rasional.
 - d. Tidak dibenarkan melaksanakan kegiatan yang tersedia anggarannya.

Prinsip ini dimaksudkan agar setiap dinas yang memperoleh anggaran dapat menggunakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- a. Transparansi dan Akuntabilitas Anggaran

Mampu memberikan informasi yang jelas dengan tujuan, sasaran hasil dan manfaat yang diperoleh masyarakat dari suatu kegiatan/ proyek yang dianggarkan dan dipertanggungjawabkan.

b. Keadilan Anggaran

Pengelolaan anggaran agar dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat dengan tanpa memandang perbedaan.

c. Efisiensi dan Efektivitas Anggaran

Dana yang tersedia harus dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menghasilkan peningkatan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat.

Dana yang tersedia harus dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menghasilkan peningkatan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat. Arah dan kebijakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah.

1. Kebijakan yang dilakukan antara lain :

- a. Memprioritaskan proyek kegiatan yang dapat segera mengembalikan pertumbuhan ekonomi yang cepat.
- b. Meningkatkan efisiensi, efektivitas dan penghematan dibidang belanja daerah.
- c. Mengembangkan sistem perencanaan dari bawah.
- d. Mendorong masyarakat agar lebih berperan dan berpartisipasi dalam pembangunan dengan menyediakan dana stimulan.

2. Kebijaksanaan penyusunan RAPBD Kabupaten Bandar Lampung diarahkan untuk sebagai berikut :

- a. Mencapai sasaran pembangunan daerah secara keseluruhan dengan semakin meningkat dalam pembangunan daerah.
- b. Menciptakan iklim yang kondusif, yang dapat merangsang kemampuan dalam membangun dan melibatkan semua lapisan masyarakat terkecil sampai dengan terbesar untuk berperan serta dengan memperhatikan perlindungan terhadap yang lemah dan memberdayakan ekonomi masyarakat.
- c. Melanjutkan usaha-usaha untuk lebih meratakan pembangunan dan hasil-hasilnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.
- d. Memantapkan peranan Pemerintah Kota Bandar Lampung, dalam rangka mewujudkan otonomi daerah secara nyata.

Sebagaimana telah ditetapkan dalam dasar-dasar penyusunan APBD, bahwa kebijaksanaan penyusunan APBD Kota Bandar Lampung untuk tahun anggaran 2009 - 2010, disebutkan bahwa pendapatan daerah terdiri dari:

- a. Pajak Daerah
- b. Retribusi Daerah
- c. Pendapatan Bagian Laba BUMD
- d. Bagian Pendapatan Lain-lain yang Sah
- e. Bagi Hasil Pajak
- f. Bagi Hasil Buka Pajak
- g. Dana Alokasi Umum
- h. Dana Alokasi Khusus
- i. Pendapatan Bagi Hasil Dari Provinsi

4.5.2 Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu modal dasar pemerintah daerah dalam memperoleh dana pembangunan dan memenuhi belanja daerah. Pendapatan Asli Daerah merupakan usaha daerah guna memperkecil ketergantungan dalam pendapatan subsidi.

1. Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung
 - a. Pos Pajak Daerah
 - b. Pajak Hotel
 - c. Pajak Restoran
 - d. Pajak Hiburan
 - e. Pajak Reklame
 - f. Pajak Penerangan Jalan
 - g. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
 - h. Pajak Parkir
 - i. Pajak Air Tanah
 - j. Pajak Sarang Burung Walet
 - k. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan
 - l. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

2. Retribusi Daerah
 - a. Retribusi Pelayanan Kesehatan
 - b. Retribusi Persampahan atau Kebersihan
 - c. Retribusi Pengguntingan Biaya Cetak KTP
 - d. Retribusi Penggantian Biaya Cetak Akta Capil
 - e. Retribusi Parkir ditepi Jalan Umum
 - f. Retribusi Pelayanan Pasar
 - g. Retribusi Pengujian Kendaraan Bermotor
 - h. Retribusi Jasa Usaha Pemakaian Kekayaan Daerah
 - i. Retribusi Jasa Usaha Terminal
 - j. Retribusi Jasa Usaha Tempat Khusus Parkir
 - k. Retribusi Jasa Usaha Rumah Potong Hewan
 - l. Retribusi Jasa Usaha Rekreasi dan Olah Raga
 - m. Retribusi Ijin Mendirikan bangunan
 - n. Retribusi Ijin Gangguan
 - o. Retribusi Ijin Trayek
 - p. Retribusi Pemeriksaan Daerah
 - q. Retribusi Pemeriksaan Kesehatan Ternak
3. Pendapatan Bagian Laba BUMD
 - a. Bagian Laba PDAM
 - b. Apotik Sari Husada
 - c. Bagian Laba Bank Pembangunan Daerah
 - d. Bagian Laba Bank Pasar Daerah
 - e. Bagian Laba BKK
4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah
 - a. Hasil Penjualan Barang Milik Daerah
 - b. Jasa Giro
 - c. Penerimaan Bunga Deposito
 - d. Lelang Tanah Bendo Kelurahan dan Desa
 - e. Dana Perimbangan Keuangan Desa
 - f. Penerimaan Bagian Keuntungan Pinjaman Modal BKK
 - g. Sewa Tanah Pengairan

- h. Hasil Usaha Lain-lain PAD yang sah
- i. Penerimaan Ganti Rugi atas Kekayaan Daerah
- j. Kerugian Uang Daerah (TP/TGR)
- k. Bendahara Setor Kembali

Dalam Pasal 2 ayat (4) dan pasal 4 Undang-Undang No. 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah disebutkan bahwa dalam menetapkan pungutan pajak atau jenis pajak, harus dengan penetapan peraturan Daerah (Perda) terlebih dahulu. Sehubungan dengan belum diundangkannya/ ditetapkannya Perda yang baru sebagai pelaksanaan pungutan pajak daerah sesuai dengan Undang-Undang No. 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, dalam pasal 2 menyebutkan :

“Semua peraturan daerah mengenai pajak daerah dan retribusi daerah yang telah diajukan kepada menteri dalam negeri untuk mendapat pengesahan berdasarkan ketentuan Undang-Undang ini dapat dilaksanakan tanpa memerlukan pengesahan tersebut”.

Jenis pajak daerah yang menjadi sumber Pemerintah Kota Bandar Lampung :

- a. Pajak Hotel adalah pajak yang dikenakan pada bangunan yang khusus disediakan bagi orang untuk dapat menginap/ istirahat, memperoleh pelayanan dan/ atau fasilitas lainnya dengan dipungut bayaran, termasuk bangunan lainnya yang menyatu dikelola dan dimiliki oleh pihak yang sama, kecuali untuk pertokoan dan perkantoran.
- b. Pajak Restoran adalah Pajak yang dikenakan atas pelayanan yang di sediakan restoran dengan pembayaran oleh pribadi atau badan.
- c. Pajak Hiburan adalah pajak yang dikenakan atas tontonan, hiburan keramaian/ pertunjukan umum lainnya seperti pertunjukan wayang, Bioskop dan lain sebagainya.
- d. Pajak Reklame adalah pajak yang dikenakan pada orang atau badan yang menyelenggarakan/ memasang reklame dan mendapat ijin dari pemerintah daerah. Pajak reklame dipungut menurut jenis reklame yang diselenggarakan/ atau dipasang.

- e. Pajak Penerangan Jalan Umum adalah pajak yang dikenakan terhadap semua pelanggan PLN. Pajak ini dipungut dengan menggantikannya pada rekening listrik yang dikeluarkan oleh PLN berdasar pada tingkat tenaga yang dipakai.
- f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan adalah pajak atas kegiatan pengambilan mineral bukan logam dan batuan, baik dari sumber alam di dalam dan/atau permukaan bumi untuk dimanfaatkan.
- g. Pajak Parkir adalah Pajak yang dipungut, yaitu pajak yang dibebankan pada pengguna parkir yang berada ditepi jalan dan parkir khusus (dalam ruangan).
- h. Pajak Air Tanah adalah pajak atas pengambilan dan/atau pemanfaatan air tanah.
- i. Pajak Sarang Burung Walet adalah Pajak yang dibebankan pada pemilik/pengusaha sarang burung walet.
- j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan adalah pajak atas bumi dan/atau bangunan yang dimiliki, dikuasai, dan/atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau Badan, kecuali kawasan yang digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan, dan pertambangan.
- k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan adalah pajak atas perolehan hak atas tanah dan/atau bangunan.

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi optimalisasi pemungutan pajak reklame di Kota Bandar Lampung, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerimaan pajak reklame cenderung fluktuatif
Realisasi pajak reklame pada tahun 2018–2023 belum mencapai target secara konsisten, bahkan pada tahun 2022 hanya tercapai 49,80%, yang menunjukkan perlunya perbaikan strategi intensifikasi.
2. Pengawasan belum maksimal
Meskipun pengawasan dilakukan secara rutin oleh UPT kecamatan, masih banyak objek reklame yang menunggak pajak. Jumlah wajib pajak yang menunggak masih tinggi, terutama pelaku UMKM yang kurang memahami kewajiban pajaknya.
3. Pendekatan persuasif cukup efektif
Pendekatan humanis seperti dialog langsung, penyuluhan, dan pemberian edukasi kepada wajib pajak terbukti membantu meningkatkan kepatuhan secara sukarela, meskipun belum mampu menyelesaikan semua permasalahan tunggakan.
4. Penegakan hukum berjalan, namun belum optimal
Tindakan administratif seperti penempelan stiker dan pengiriman surat peringatan sudah diterapkan, tetapi pembongkaran reklame sebagai sanksi tegas baru dilakukan dalam beberapa kasus, belum merata di seluruh wilayah.
5. Kapasitas petugas pajak masih perlu ditingkatkan

Kualitas dan kuantitas SDM UPT masih menjadi kendala. Petugas membutuhkan pelatihan yang berkelanjutan dalam aspek teknis, regulasi, dan penggunaan teknologi.

6. Pemanfaatan teknologi belum terintegrasi secara menyeluruh
Sistem SIMANTAP sudah digunakan untuk monitoring pajak secara digital, namun belum sepenuhnya terhubung dengan instansi lain, sehingga data masih sering tidak sinkron.
7. Ekstensifikasi melalui pendataan objek pajak baru terus berjalan
Jumlah wajib pajak mengalami pertumbuhan tiap tahun, namun perluasan ini belum sepenuhnya mencakup seluruh potensi reklame, terutama di sektor informal atau wilayah pinggiran.
8. Kerja sama antarinstansi belum optimal
Koordinasi antara Bapenda dengan instansi lain seperti Satpol PP, DPMPTSP, dan kecamatan masih bersifat manual dan belum berbasis sistem, yang menyebabkan lambatnya tindak lanjut pengawasan dan penertiban.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka beberapa saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan optimalisasi pemungutan pajak reklame di Kota Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

1. Penguatan Kebijakan dan Tata Kelola Pemungutan Pajak Reklame
Pemerintah Kota Bandar Lampung melalui BAPENDA perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap regulasi dan mekanisme pemungutan pajak reklame secara periodik, minimal sekali dalam setahun. Evaluasi ini mencakup analisis tingkat kepatuhan wajib pajak, efektivitas pengawasan, kualitas data objek pajak, dan keterpaduan prosedur administrasi. Berdasarkan hasil evaluasi, perlu dilakukan penyesuaian atau pembaruan kebijakan, baik dalam bentuk revisi Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota, agar selaras dengan perkembangan teknologi, dinamika ekonomi, dan perubahan pola media reklame. Selain itu, perlu dibangun sistem tata kelola yang lebih transparan, akuntabel, dan berbasis prinsip good governance, termasuk

peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan teknis, pembinaan profesionalisme, dan penguasaan teknologi informasi terkini.

2. Transformasi Digital Reklame

BAPENDA perlu mendorong migrasi dari papan reklame konvensional ke reklame digital (videotron) yang dikelola terpusat. Sistem ini memungkinkan pengaturan konten dan durasi tayang secara real-time, penerapan tarif sewa slot tayang yang fleksibel, serta pengawasan izin yang lebih ketat. Dengan model terpusat, pendapatan daerah dapat dioptimalkan, pelanggaran tata ruang berkurang, dan estetika kota terjaga. Integrasi dengan dashboard publik juga meningkatkan transparansi dan mencegah reklame ilegal.

3. Strategi Penegakan Hukum dan Insentif Berbasis Teknologi serta Kolaborasi Multi-Pihak

Upaya optimalisasi pemungutan pajak reklame perlu diperkuat melalui penerapan sanksi administratif yang terintegrasi dalam sistem digital, seperti denda otomatis progresif bagi keterlambatan pembayaran atau pelanggaran izin. Di sisi lain, berikan insentif seperti potongan tarif, prioritas perpanjangan izin, atau kemudahan administrasi bagi wajib pajak yang konsisten patuh. Untuk mendukung keberhasilan kebijakan ini, diperlukan kolaborasi strategis dengan BUMD, perusahaan teknologi, dan instansi terkait lainnya, guna memastikan keberlanjutan sistem digital, peningkatan keamanan data, dan pemanfaatan analisis big data untuk prediksi potensi pajak. Selain itu, edukasi publik harus diperluas melalui kampanye digital yang konsisten di media sosial resmi pemerintah, website BAPENDA, dan media reklame milik pemerintah, guna membangun kesadaran bahwa pajak reklame berkontribusi langsung terhadap pembangunan dan estetika Kota Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani. 2020. Pajak Penghasilan Teori, Kasus Dan Praktik. Yogyakarta: Lautan Pustaka. 274 halaman
- Affriani. 2018. Strategi Optimalisasi Penerimaan Pajak Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. Jurnal Jom Fisip Vol.5
- Andriani. 2001. Bunga Rampai Pajak Dan Retribusi Daerah. Amus Dan Citra Pustaka. Yogyakarta. 358 Halaman.
- Anggoro Damas Dwi. 2017. Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah. Cetakan Pertama. Malang Marsono, 1986. Pajak Daerah. Gramedia, Jakarta
- Astuti, M., dan Amanda, A. R. 2020. Pengantar Manajemen Pemasaran Deepublish, Jogjakarta 108 halaman
- Bungin, Burhan. 2008. Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial. Kencana. Jakarta. 348 Halaman
- Darise. 2009, Pengelolaan Keuangan Daerah. Jakarta. Indeks. 446 halaman
- Darwin, 2010, Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah, Mitra Wacana Media, Jakarta. 206 Halaman

- Dewi, Winda Rufiana. 2015. Kontribusi Pajak Hotel Dan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Jurnal Perpajakan. Vol.10, No. 1
- El Wachidah, E. N., & Andhaniwati, E. 2024. Pengaruh Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah. Vol 6, No 2
- Eny Asmarita, Anwar As, Melati Dama, 2018. Strategi Badan Pendapatan Daerah Dalam Meningkatkan Pendapatan Sektor Pajak Di Kota Samarinda. Ejournal Ilmu Pemerintahan, Vol 6, No 2.
- Fadhilah. 2021. Proses Penerimaan Pajak Parkir Di Mall Ska Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Pekanbaru Pada Masa Pandemi Covid-19. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fajar, Oktafiyanti. 2013. Kontribusi Pajak Hotel, Pajak Restoran, Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Kota Yogyakarta. (Skripsi). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Fitriani. 2012. Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Dinas Pendapatan Daerah. (Skripsi). Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Halim, Dkk. 2020. Perpajakan Konsep, Aplikasi, Contoh Dan Kasus, Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta, 551 halaman
- Hardianti. 2023. Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Garut, Jurnal Wahana Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Garut. Vol.8, No. 1
- Irawan, A. 2021. Analisis Potensi Dan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Di Kota Bandung. Indonesian Accounting Literacy Journal. Vol. 2, No. 1

- Mardiasmo. 2018. Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2018. Andi Offset. Yogyakarta. 404 Halaman.
- Martia, C. (2023). Optimalisasi Strategi Peningkatan Pemungutan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. Jurnal Produktivitas.
- Moleong, L.J. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif. Rosdakarya. Jakarta. 410 Halaman
- Nasir. 2019. Analisis Sumber-Sumber Pendapatan Asli Daerah Setelah Satu Dekadeotonomi Daerah. Jurnal Dinamika Ekonomi. Vol.2, No.1
- Ndiak, R. 2022. Analisis Pemungutan Pajak Reklame Dan Kontribusinyaterhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banggai. Jurnal Ilmiah Manajemen Emor. Vol.5, No.2
- Niandanu. 2015. Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Semarang. Journal of Public Policy and Management Review. Vol.4, No.4
- Octavianto, Yudhi. 2009. Analisis Perkembangan Dan Kontribusi Pajak Reklame Sebagai Salah Satu Komponen Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Malang (Studi Kasus Dinas Pendapatan Kota Malang. (Skripsi). Malang: Universitas Brawijaya
- Paparang, B. R., Gosal, R., & Kimbal, A. 2017. Optimalisasi Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Di Kawasan Perbatasan (Suatu Studi Di Kecamatan Marore Kabupaten Kepulauan Sangihe). Jurnal Eksekutif, Vol,1, No.1.
- Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 01 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah

Peraturan Walikota Bandar Lampung No 18 Tahun 2014 Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame

Pudyatmoko. 2009. Pengantar Hukum Pajak. Andi. Yogyakarta. 358 Halaman

Rahmawan, 2012, Optimalisasi Pemungutan Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Dalam Peningkatan Pendapatan Daerah (Studi Pemungutan Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Di Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah), Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan Lokal, Volume I Edisi 2.

Raihan, M., Sarumpaet, S., & Sukmasari, D. 2021. Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandar Lampung Sebelum Dan Sesudah Penggunaan Tapping Box. Jurnal Ilmiah Ekonomi

Rohman 2020. Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik, Vol. 9 No. 1

Saraswati, D., & Rioni, Y. S. 2019. Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Ukuran Pemerintah Daerah, Leverage terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah. Jurnal Akuntansi Bisnis & Publik.

Sari, Maharani Tirta. 2018. Optimalisasi Pemungutan Pajak Daerah Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Provinsi Lampung. (Tesis). Universitas Lampung.

Sarnani. 2023. Optimalisasi Penerimaan Bea Perolehan Hak Atas Tanah Dan Bangunan (Bphbt) Dalam Usaha Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah, Studi Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar. (Tesis). Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, Makassar.

Sarwono, J. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Graha Ilmu. Yogyakarta. 286 Halaman

- Siahaan, Marihot Pahala. 2016. Pajak Daerah & Retribusi Daerah: Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Edisi Revisi. Rajawali Pers. Jakarta. 336 Halaman
- Sidik, M. 2002. Optimalisasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah. (Makalah)
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. : CV Nata Karya. Ponorogo. 228 Halaman
- Soemahamidjaja. 1964. Pajak Berdasarkan Asas Gotong Royong. (Disertasi) Universitas Padjajajaran. Bandung.
- Soemitro. 1990. Dasar Dasar Hukum Pajak Dan Pajak Pendapatan. PT Eressco. Bandung. 329 Halaman
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV. Alfabeta. Bandung. 334 Halaman
- Syahputra, R. 2020. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak. Jurnal Akuntansi Dan Bisnis. Vol.5, No.1
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah Yang Kemudian Di Revisi Menjadi Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 Tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang Pajak Daerah No.15 Tahun 2008 Tentang Wajib Pajak Reklame
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Wachidah, E. N., & Andhaniwati, E. (2024). Pengaruh Kepuasan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah. Vol.6, No.2

Wicaksono, G. 2022. *The Role Of Advertising Tax Through Measuring Their Effectiveness, Growth And Contribution To Local Taxes In Lumajang Regency*. Jurnal Mantik. Vol.6, No.1.

Winardi. 1996. Istilah Ekonomi. Penerbit Mandar Maju. Bandung. 453 Halaman

Yuswanto,Dkk.2013,Hukum Pajak, Bandar Lampung : Pkkpu Unila