

ANALISIS PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DI BADAN PENGELOLA PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH (BPPRD) KOTA BANDAR LAMPUNG

Dwi Anggraeni

Fakultas Ekonomi dan,Bisnis,Universitas Islam Negeri Radin Intan Lampung

e-mail: dwianggraeni@gmail.co.id

Abstract

This study aims to find out how the billboard tax collection in the tax and retribution management agency (BPPRD) of Bandar Lampung city, the population in this study are all billboards registered with the Regional Tax and Levy Management Agency (BPPRD) of Bandar Lampung City. Methods of collecting data by interview and observation. The results of collecting advertisement tax on public facilities can be said to be easy by first obtaining permission from the authorities in the public place/facility, then following the mechanisms and procedures established by the Dipenda. If the billing tax collection on public facilities has increased, it will automatically increase the local revenue of the city of Bandar Lampung, and vice versa. alone. Not only that, there is still a lack of officers who carry out enforcement and services in the installation of billboards. It may also be because the current facilities and infrastructure are still inadequate, so that the implementation of supervision is slightly hampered. In overcoming the obstacles that arise in collecting billboard taxes on public facilities, there are several efforts made by the Dipenda, such as increasing the number of experts in the field of taxation, especially in the field of advertisement tax. Good service for billboard taxpayers is also a top priority so that taxpayers do not hesitate if they want to carry out their tax obligations

Keywords: : advertisement tax, BPPRD

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemungutan pajak reklame di badan pengelola pajak dan retribusi (BPPRD) kota bandar lampung, populasi dalam penelitian ini yaitu semua papan reklame yang terdaftar di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Bandar Lampung. Metode pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Adapun hasil Pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum bisa dikatakan mudah dengan mendapatkan izin terlebih dahulu dari pihak yang berwenang di tempat / fasilitas umum tersebut, kemudian mengikuti mekanisme dan tata cara yang telah ditetapkan oleh Dipenda. Jika pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum mengalami peningkatan, maka secara otomatis juga meningkatkan pendapatan asli daerah kota Bandar Lampung, begitu sebaliknya. Hambatan dalam pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum disebabkan oleh para wajib pajak yang kurang menyadari kewajiban perpajakannya dan kurang pengetahuan tentang pajak reklame itu sendiri. Bukan hanya itu saja, masih minimnya petugas yang melakukan penertiban dan pelayanan dalam pemasangan reklame. Mungkin juga dikarenakan sarana dan prasarana saat ini masih kurang memadai, sehingga pelaksanaan pengawasannya sedikit terhambat. Dalam mengatasi hambatan yang timbul dalam pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum, ada beberapa upaya yang dilakukan oleh pihak Dipenda, seperti mengadakan penambahan jumlah tenaga ahli dalam bidang perpajakan khususnya dalam bidang pajak reklame. Pelayanan yang baik bagi wajib pajak reklame juga menjadi prioritas utama agar wajib pajak tidak segan apabila ingin melaksanakan kewajiban perpajakannya

Kata Kunci : Pajak Reklame, BPPRD

1. PENDAHULUAN

Undang-Undang no. 28 Tahun 2007 tentang perpajakan. Dimana dijelaskan bahwa pajak merupakan :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. Dengan diberlakukannya *Sistem Self Assesment* maka wajib pajak diberikan wewenang, kepercayaan dan tanggung jawab untuk menghitung dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar. Konsekuensi dari penerapan otonomi daerah yaitu setiap daerah dituntut untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) guna membiayai urusan rumah tangganya sendiri. Peningkatan ini ditujukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik sehingga dapat menciptakan tata pemerintah yang lebih baik (*good governance*).

Oleh karena itu, perlu dilakukan usaha-usaha untuk meningkatkan penerimaan dari sumber-sumber penerimaan daerah, salah satunya dengan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Untuk mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah beberapa pos pendapatan asli daerah harus ditingkatkan antara lain pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah. Dan dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, daerah mendapat peluang untuk menggali secara maksimal sumber dana yang ada didaerahnya, dengan tetap memperhatikan kondisi ekonomi dan sosial daerah serta unsur legalitas. Dalam Undang-undang tersebut, pemerintah daerah diizinkan memungut sebelas jenis pajak daerah, diantaranya pajak reklame.

Pajak reklame adalah pajak yang kewenangan memungutnya diberikan kepada kabupaten/kota. Pajak reklame mempunyai tarif sebesar 25%, tarif ini kemudian dikalikan dengan dasar pengenaan pajak. Dasar pengenaan pajak ini terdiri atas dua komponen utama yaitu komponen nilai sewa reklame, yang dipengaruhi oleh faktor lama pemasangan, nilai strategis jaringan jalan, sudut pandang lokasi, komponen yang kedua yaitu faktor harga pasar pembuatan dan pemasangan reklame, yang dipengaruhi oleh faktor jenis reklame dan ukuran reklame. Adapun objek pajak ialah penyelenggara reklame, yaitu Reklame Papan / Billboard, videotron / megatron, kain, vynil / plastik, stiker / melekat, selebaran, berjalan, udara, apung, suara, peragaan, cahaya / film / slide. Kehadiran Reklame selalu di dekati dari tiga bentuk kepentingan yaitu:

1. Reklame sebagai penyumbang pendapatan daerah
2. Reklame sebagai elemen estetika tiga perkotaan dan
3. Reklame sebagai komoditi bisnis bagi para pengusaha.

Mengingat dewasa ini reklame merupakan senjata yang paling ampuh dalam mempengaruhi konsumen dalam pola konsumtif mereka, Oleh karena itu perusahaan-perusahaan berusaha untuk menarik perhatian konsumen dengan cara tugas tersebut kurang pemahaman dan pegawai memiliki keyakinan atas apa yang dikerjakan. Perasaan tidak aman individu ketika kurangnya bahan data yang dimiliki guna menjalankan kewajibannya, serang kurang memahami atau memenuhi ekspektasi tentang perian tertentu.

melakukan promosi-promosi baik untuk memperkenalkan maupun memasarkan produknya menggunakan media reklame. Ditemukan banyak terjadi kasus- kasus penyimpangan dan kecurangan yang terjadi dilapangan ketika disinggung mengenai kecurangan kecurangan yang terjadi dilapangan, penulis sudah melakukan penelitian langsung ke Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah kota Bandar Lampung dan mewawancarai langsung kepada Sub Bagian Pajak.

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Pemerintah Kota Bandar Lampung Tahun Anggaran (2016-2018)

Tahun	Target Pendapatan (Rp)	Realisasi Pendapatan (Rp)	Persentase (%)	Sisa Lebih/Kurang (Rp)	Persentase (%)
2016	41.000.000.000,00	21.202.677.506,40	51,71	19.797.322.493,60	48,29
2017	41.000.000.000,00	22.958.834.196,38	56,00	18.041.165.803,62	44,00
2018	41.000.000.000,00	23.951.081.612,24	58,42	17.048.918.387,76	41,58

Berdasarkan pada tabel diatas menggambarkan perbandingan antara target dan realisasi pajak reklame, pada tiga tahun terakhir (2016-2018). Target dan realisasi pendapatan pajak reklame pada tahun 2016-2018 mengalami kenaikan pertahunnya. Dapat di lihat dari persentasenya realisasi pendapatannya pada tahun 2016 sebesar 51,71% dan di tahun 2017 sebesar 56,00% dan tahun 2018 sebesar 58,42%

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penulis akan membahas lebih mendalam terkait dengan prosedur penagihan pajak reklame yang berjudul “Analisis Pemungutan Pajak Reklame Di Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah (Bpprd) Kota Bandar Lampung”.

2. METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan disalah satu Kantor Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Bandar Lampung, yang beralamat di Jl. Dr. Susilo Nomor.02 Kelurahan Sumur Batu, Kecamatan Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret tahun 2020 sampai dengan selesai.

2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Menurut Anwar Sanusi (2016) Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kesimpulan itu. Populasi atau disebut dengan istilah *universe* atau *universum* atau keseluruhan, adalah sekelompok individu atau obyek yang memiliki karakteristik yang sama, yang mungkin diselidiki atau diamati. (imron & munif, 2010).

Populasi dari penelitian ini adalah semua papan reklame yang terdaftar di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Bandar Lampung.

Sampel

Menurut Prof Dr. Djam'an Satori, M.a. (2014) Konsep sampel dalam penelitian adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya secara representatif. Sampel dari penelitian ini adalah semua papan reklame yang membayar pajak di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Bandar Lampung.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder.

Sumber Data

Dengan menggunakan sumber data sekunder. Pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam data ini penulis mendapat catatan/data.

Untuk memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan ini maka penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut :

1. Wawancara

Metode wawancara yang sering disebut dengan interview atau kuesioner lisan, adalah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Dalam penelitian ini metode interview digunakan untuk menggali data tentang sejarah atau latar belakang berdirinya lembaga, dan prosedur-prosedur penagihan pajak reklamae di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD). Tehnik wawancara di bagi menjadi dua yaitu:

1. Wawancara terstruktur

Dalam wawancara terstruktur, peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dari narasumber. Pada kondisi ini, peneliti biasanya sudah membuat daftar pertanyaan secara sistematis. Peneliti juga bisa menggunakan berbagai instrumen penelitian seperti alat bantu *recorder*, kamera untuk foto, serta instrumen-instrumen lain.

2. Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas. Peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan spesifik, namun hanya memuat poin-poin penting dari masalah yang ingin digali dari responden.

2. Metode Observasi

Metode Observasi adalah melihat dan mendengarkan peristiwa atau tindakan yang dilakukan oleh orang-orang atau badan yang diamati, kemudian merekam hasil pengamatannya dengan catatan atau alat bantu lainnya.

Dalam penelitian ini metode observasi digunakan untuk mengetahui tahapan-tahapan dalam penagihan pajak Reklame di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Bandar Lampung.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mencari informasi melalui buku, majalah, koran dan *literature* lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori menurut para ahli.

4. Analisi Data

Langkah selanjutnya dalam penelitian ini yaitu menganalisis data yang diperoleh dari pengumpulan data yang telah dilakukan, baik dari primer maupun sekunder dengan tujuan supaya penelitian ini lebih mudah di baca, di pahami dan diinterpretasikan. Oleh karena itu, metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Menurut sugiono (2012: 428) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun kedalam pola,

memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data dan informasi terkait sistem pemungutan pajak reklame dengan wawancara dari pihak BPPRD.
2. Melakukan pemaparan data dan observasi tentang cara pemungutan pajak reklame.
3. Mengidentifikasi kendala dan solusi yang dihadapi dalam pemungutan pajak reklame.
4. Menyimpulkan sistem pemungutan pajak reklame, kendala serta solusi yang ada dalam pelaksanaan atas pemungutan pajak reklame kemudian memberikan saran-saran guna meningkatkan efektivitas pemungutan dalam pemungutan pajak reklame tersebut.
5. Mengajukan saran atas kendala yang ada guna pemungutan pajak reklame lebih efektif kedepannya.

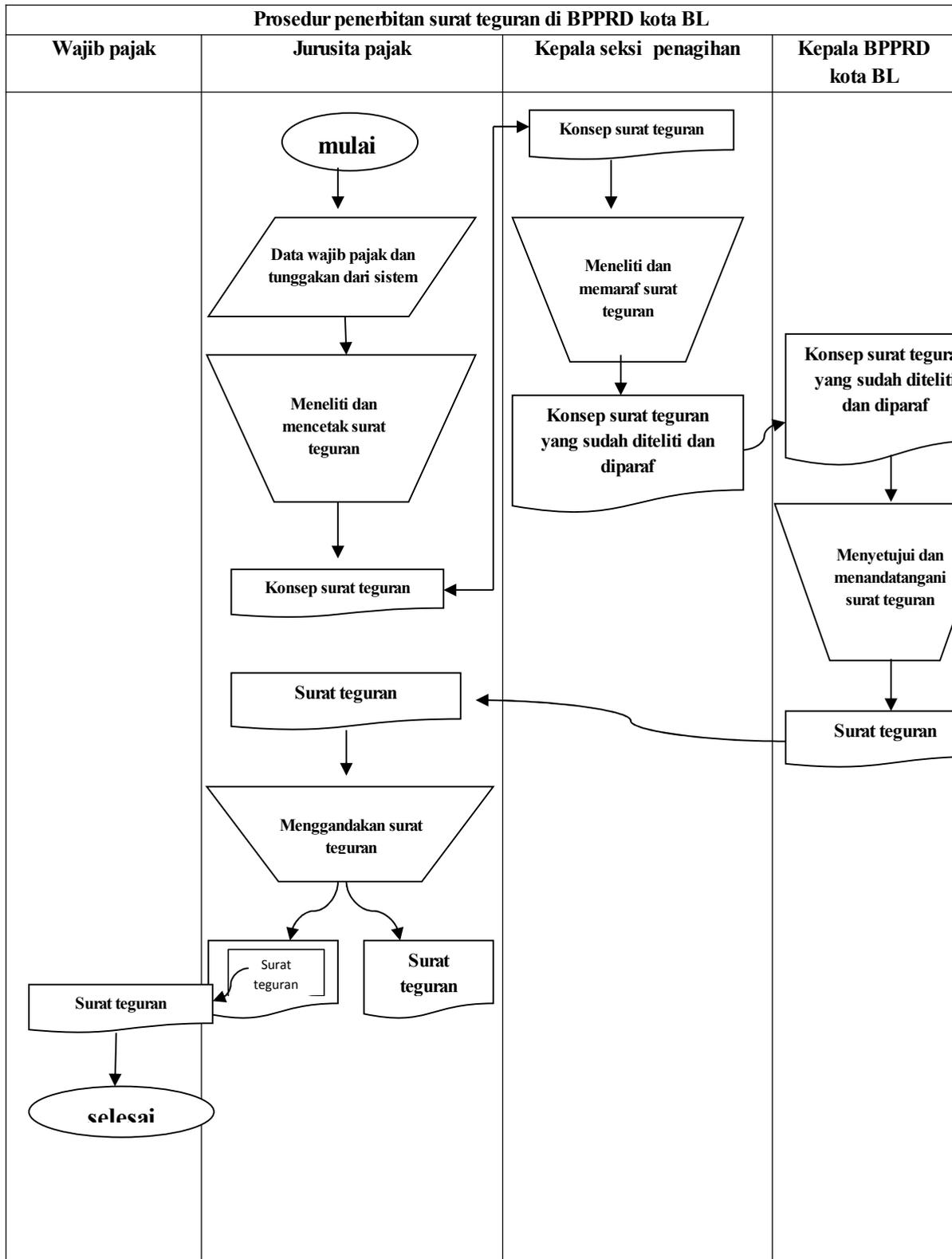
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

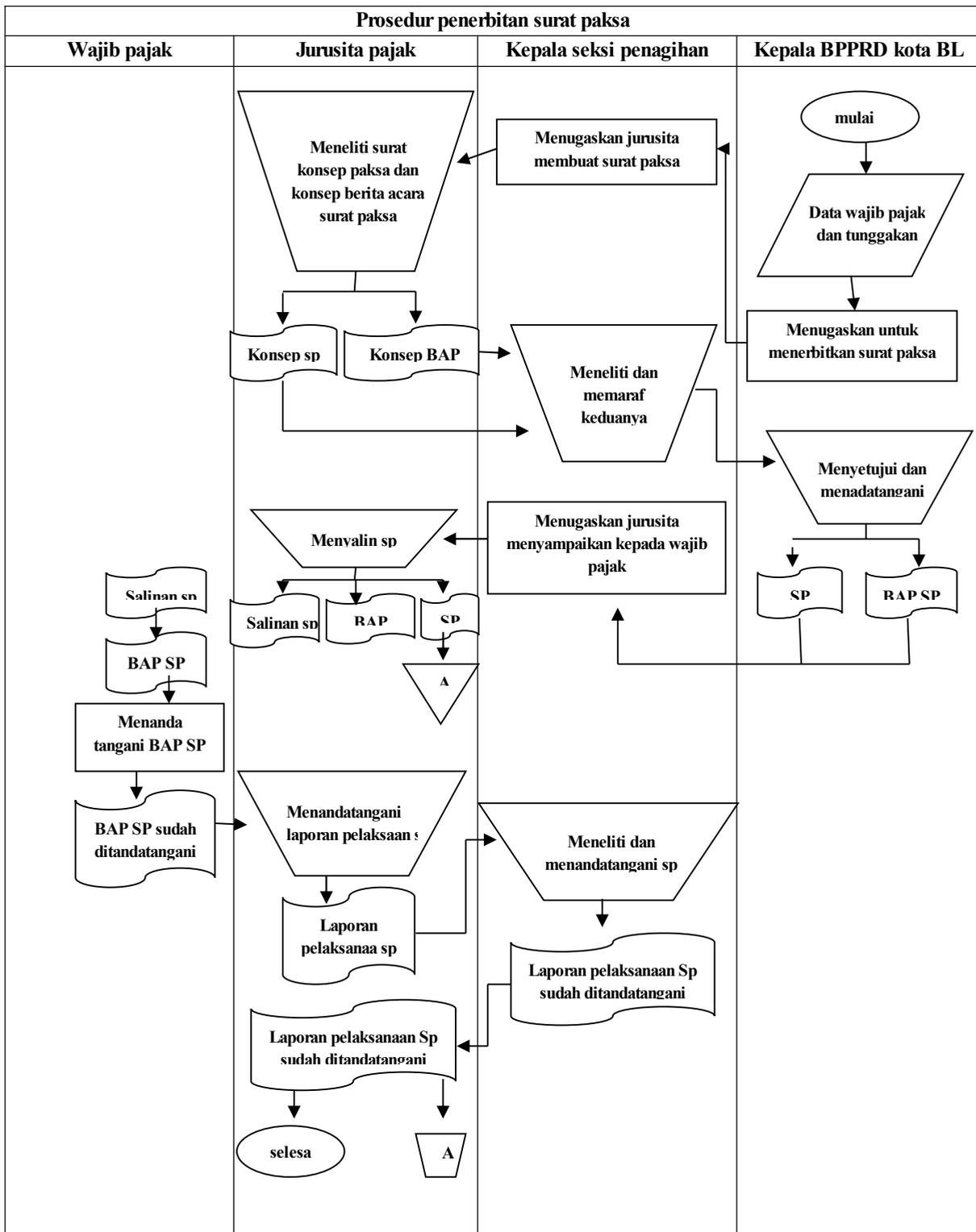
Hasil

Proses penagihan merupakan tindakan yang dilaksanakan berdasarkan prosedur penagihan yang telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Prosedur penagihan berperan penting dalam memandu jurusita melaksanakan tindakan penagihan. Proses penagihan di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Bandar Lampung berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan tugas magang sudah sesuai dengan *Standart Operating Procedure (SOP)* yang dibuat Direktorat Jenderal Pajak dan dilaksanakan dengan baik oleh jurusita yang bertugas.

Jurusita pajak memeriksa dan meneliti setiap data dan tunggakan wajib pajak berdasarkan Sistem Informasi Direktorat Jenderal Pajak dan membuat konsep Surat Teguran, Surat Paksa dan Berita Acara Surat Paksa. Kemudian melaksanakan penagihan langsung kepada penanggung pajak. Kepala Seksi Penagihan meneliti setiap konsep Surat Teguran dan Surat Paksa yang telah dibuat oleh jurusita. Kemudian berdasarkan konsep tersebut Kepala Seksi Penagihan akan mempertimbangkan tunggakan pajak akan berpeluang tertagih atau tidak. Jika peluang tertagih tinggi, Kepala Seksi Penagihan akan memaraf konsep Surat Teguran dan Surat Paksa, kemudian diserahkan kepada Kepala BPPRD, setelah itu setiap konsep Surat Teguran dan Surat Paksa yang sudah disetujui dan diparaf oleh Kepala Seksi Penagihan akan ditandatangani.

Prosedur penagihan sudah dilaksanakan secara administratif dengan adanya bukti cetakan Surat Teguran, Berita Acara Pemberitahuan Surat Teguran dan Surat Paksa maupun secara fisik dengan melakukan penagihan secara langsung kepada wajib pajak. Undang-Undang Nomor 19 tahun 2000 merupakan landasan pelaksanaan tugas penagihan oleh jurusita yang dilaksanakan sesuai dengan prosedur. Adanya undang-undang tersebut memudahkan jurusita untuk menjalankan tugasnya karena jurusita memiliki wewenang secara hukum untuk melakukan tindakan penagihan.





PEMBAHASAN PENELITIAN

Penagihan pajak merupakan upaya yang sangat diharapkan dapat mengurangi piutang pajak dari penanggung pajak terhadap negara dan menambah kas negara. Namun, upaya penagihan yang dilakukan seringkali menemui kendala dalam pelaksanaannya. Berikut beberapa hal yang penulis temui saat melakukan pengamatan dalam proses penagihan:

1. Kesadaran penanggung pajak untuk melunasi utang pajaknya masih rendah. Kurangnya pengetahuan tentang perpajakan seringkali membuat penanggung pajak bersikap acuh terhadap pemberitahuan yang dikeluarkan oleh Kantor Pelayanan Pajak. Penanggung pajak justru membiarkan saja Surat Teguran yang sudah disampaikan, dan seharusnya BPPRD menindak tegas dengan mengeluarkan surat paksa atau penyitaan.
2. Alamat penanggung pajak tidak ditemukan dikarenakan penanggung pajak pindah, penanggung pajak telah meninggal dunia, dan ketidaksesuaian serta terbatasnya data mengenai penanggung pajak yang menyebabkan jurusita kesulitan melacak.
3. Penanggung pajak menghindar bahkan menolak saat jurusita melakukan penagihan pajak, adapula yang melakukan perlawanan secara fisik maupun emosional terhadap jurusita yang bertugas.
4. Kebanyakan penunggak pajak mengalami pailit. Hal ini menyebabkan peluang pencairan tunggakan kecil bahkan bisa saja tidak tertagih.

Berikut beberapa hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi tunggakan-tunggakan pajak. Diantaranya :

1. Melakukan sosialisasi

Dengan tingginya intensitas informasi yang diterima oleh masyarakat, maka dapat secara perlahan merubah mindset masyarakat tentang pajak ke arah yang positif. Beragam bentuk sosialisasi bisa dikelompokkan berdasarkan: metode penyampaian, segmentasi maupun medianya.

Berdasarkan Metode:

Penyampiannya bisa melalui acara yang formal ataupun informal. Acara formal biasanya menggunakan format acara yang disusun sedemikian rupa secara resmi. Contohnya: Sosialisasi bendaharawan, sosialisasi pajak rekalm, seminar dan sebagainya. Acara informal biasanya menggunakan format acara yang lebih santai dan tidak resmi. Contohnya: Ngobrol santai dengan wartawan, dengan tokoh masyarakat, dan sebagainya.

Berdasarkan segmentasi:

Bisa membaginya untuk kelompok umur tertentu, kelompok pengusaha tertentu, kelompok profesi tertentu, kelompok/ormas tertentu. Menanamkan kesadaran tentang pajak sejak dini, akan sangat berpengaruh terhadap pola pikir anak-anak dan menimbulkan rasa kebanggaan terhadap pajak. Contoh yang pernah dilakukan DJP adalah *High School Tax Road Show*, *High School Tax Competition*, *Tax Goes to Campus*, ini merupakan kegiatan yang menimbulkan greget, heboh dan sangat berkesan, bahkan sangat dirindukan muncul lagi oleh kalangan pelajar maupun mahasiswa. Mungkin perlu dilakukan secara berkesinambungan dengan format yang beragam, kreatif serta inovatif.

Berdasarkan media yang dipakai:

Sosialisasi dapat dilakukan melalui media elektronik dan media cetak. Misalnya: dilakukan dengan talkshow di radio atau televisi, membuat opini, ulasan dan rubrik tanya jawab di koran, tabloid atau majalah. Iklan pajak pun mempunyai pengaruh dan dampak positif

terhadap meningkatkan kesadaran dan kepedulian sukarela wajib pajak. Bentuk propaganda lainnya seperti: spanduk, banner, papan iklan/billboard, dan sebagainya.

2. Penegakan hukum

Dengan penegakan hukum yang benar tanpa pandang bulu akan memberikan deterrent effect yang efektif sehingga meningkatkan kesadaran dan kepedulian sukarela Wajib Pajak. Walaupun DJP berwenang melakukan pemeriksaan dalam rangka menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan, namun pemeriksaan harus dapat dipertanggung jawabkan dan bersih dari intervensi apapun sehingga tidak mengaburkan makna penegakan hukum serta dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat wajib pajak.

4.3.1 Menganalisis seberapa besar pengaruh pemungutan Pajak Reklame di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah kota Bandar Lampung

Keberhasilan daerah dapat diukur dengan melihat kemampuan daerah dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah yang kemudian digunakan untuk membiayai pengeluaran daerah. Pemungutan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah pajak reklame merupakan salah satu komponen pajak yang cukup potensial peranannya dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Pendapatan Asli Daerah merupakan penerimaan dari sektor pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku`

Penerimaan pajak Reklame secara umum dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tahun	Target	Pendapatan	%
2016	41.000.000.000,00	21.202.677.506,40	48,29
2017	41.000.000.000,00	22.958.834.196,38	44,00
2018	41.000.000.000,00	23.951.081.612,24	41,58

Dari tabel diatas dapat dilihat penerimaan pajak reklame di BPPPRD kota BL setiap tahunnya mengalami peningkatan, walaupun dengan angka yang masih relatif kecil. pada tahun 2016 rasio penerimaan pajak reklame di BPPPRD kota BL sebesar 48,29%, pada tahun 2017 rasio penerimaan pajak reklame di BPPPRD kota Bandar Lampung sebesar 40,00%, dan pada tahun 2018 rasio penerimaan pajak reklame di BPPPRD kota Bandar Lampung sebesar 41,58%.

Tahun anggaran penerimaan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah kota Bandar Lampung mengalami peningkatan setiap tahunnya, meskipun belum mencapai target yang telah ditentukan.

Pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum biasanya lebih meningkat pada saat perayaan hari-hari besar keagamaan, seperti pada saat hari raya Idul Fitri atau Lebaran, atau pada saat liburan sekolah atau kenaikan kelas, dikarenakan banyak para pengunjung yang mudik untuk pulang kembali ke kampung halamannya, yang otomatis banyak para pengusaha yang memasang papan reklame di tempat-tempat fasilitas umum seperti bandara, stasiun, terminal, halte, dengan demikian pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum tersebut juga ikut meningkat.

Contoh reklame yang dipasang di fasilitas umum antara lain obat-obatan, soft drink, makanan, dan sebagainya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang penulis lakukan, maka dapat ditarik simpulan yang berkenaan dengan analisis pemungutan pajak reklame di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Bandar Lampung.

1. Pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum bisa dikatakan mudah dengan mendapatkan izin terlebih dahulu dari pihak yang berwenang di tempat / fasilitas umum tersebut, kemudian mengikuti mekanisme dan tata cara yang telah ditetapkan oleh Dipenda.
2. Jika pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum mengalami peningkatan, maka secara otomatis juga meningkatkan pendapatan asli daerah kota Bandar Lampung, begitu sebaliknya.
3. Hambatan dalam pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum disebabkan oleh para wajib pajak yang kurang menyadari kewajiban perpajakannya dan kurang pengetahuan tentang pajak reklame itu sendiri. Bukan hanya itu saja, masih minimnya petugas yang melakukan penertiban dan pelayanan dalam pemasangan reklame. Mungkin juga dikarenakan sarana dan prasarana saat ini masih kurang memadai, sehingga pelaksanaan pengawasannya sedikit terhambat.
4. Dalam mengatasi hambatan yang timbul dalam pemungutan pajak reklame pada fasilitas umum, ada beberapa upaya yang dilakukan oleh pihak Dipenda, seperti mengadakan penambahan jumlah tenaga ahli dalam bidang perpajakan khususnya dalam bidang pajak reklame. Pelayanan yang baik bagi wajib pajak reklame juga menjadi prioritas utama agar wajib pajak tidak segan apabila ingin melaksanakan kewajiban perpajakannya.

5. DAFTAR PUSTAKA

Halim, Abdul, Jakarta. Akuntansi Sektor Publik Akuntansi Keuangan Daerah: Salemba Empat, 2012.

Mardiasmo, Perpajakan Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi, 2016.

Satori, Djam'an, Aan Komariah. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014.

Sanusi, Anwar, Jakarta. Metodologi Penelitian Bisnis. Penerbit Salemba Empat, 2015.

Sugiono. Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*) Bandung: Alfabeta, 2015.

Waluyo. Perpajakan Indonesia. Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Sumber Jurnal :

Dwinta, Dara, Cintani, 2009. Analisis Pemungutan pajak Reklame pada Fasilitas umum Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta, Jurnal Publikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Sari, Intan, 2018. Analisis Kinerja dan Potensi Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang, Jurnal Publikasi Politeknik Palcomtech Palembang.

Sadewa, Rangga, 2013. Analisis Potensi Pajak Reklame Kota Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sumber Undang – Undang :

Undang-Undang no. 28 Tahun 2007 tentang perpajakan.

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

Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 pasal 1 ayat 1 tentang Ketentuan Umum.
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 47 dijelaskan mengenai pajak daerah.

Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 pasal 21 tentang Ketentuan Umum Perpajakan.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2000 pasal 1 angka 3 tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa.

BPPRD Prosedur penagihan pajak dengan Surat Teguran dan Surat Paksa. 2019. BPPRD Kota Bandar Lampung