

## Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal

Juan Alya Ar-Rofi<sup>1\*</sup>, Ramadhan Pancasilawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

\* E-mail Korespondensi: [juan21003@mail.unpad.ac.id](mailto:juan21003@mail.unpad.ac.id)

### Information Article

*History Article*

*Submission: 07-02-2025*

*Revision: 10-02-2025*

*Published: 10-02-2025*

### DOI Article:

*10.24905/permana.v16i2.692*

### A B S T R A K

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Kabupaten Tegal yang memiliki potensi besar dalam penerimaan pajak reklame, namun dalam tiga tahun terakhir yaitu tahun 2021 - 2023 realisasinya tidak pernah mencapai target, menunjukkan adanya kendala dalam pengawasannya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengawasan penerimaan pajak reklame diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal, serta untuk memperoleh informasi yang lebih relevan dan akurat terkait pengawasan penerimaan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui wawancara dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data yang digunakan dengan pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan telah mengacu pada standari yang berlaku seperti Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 11 Tahun 2023, dan Peraturan Bupati Tegal Nomor 82 Tahun 2021. Namun, terdapat hambatan seperti keterbatasan SDM, sulitnya menjangkau wajib pajak di luar daerah, dan minimnya koordinasi lintas instansi.

**Kata Kunci:** Pengawasan, Pengawasan Pajak, Pajak Reklame, Wajib Pajak, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal.

### A B S T R A C T

*This research is motivated by Tegal Regency which has great potential in billboard tax revenue, but in the last three years, namely 2021 - 2023, the realization has never reached the target, showing that there are obstacles in its supervision. This study aims to understand how the supervision of billboard tax revenue is implemented by the Tegal Regency Regional Revenue Agency, as well as to obtain more relevant and accurate information related to the supervision of billboard tax revenue at the Tegal Regency Regional Revenue Agency. The method used is qualitative with a descriptive*

### Acknowledgment

---

*approach, through interviews, and documentation. Then the data analysis technique is used with data collection, data condensation, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study show that supervision has referred to applicable regulations such as Law No. 28 of 2009, Tegal Regency Regional Regulation Number 11 of 2023, and Tegal Regent Regulation Number 82 of 2021. However, there are obstacles such as limited human resources, difficulty reaching taxpayers outside the region, and lack of coordination across agencies.*

**Key word:** *Supervision, Tax Supervision, Billboard Tax, Taxpayers, Tegal Regency Regional Revenue Agency*

---

© 2025 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

## PENDAHULUAN

Negara Republik Indonesia adalah negara kesatuan yang memiliki penerapan prinsip otonomi daerah yang luas serta memiliki tujuan dalam pelaksanaan pemerintahannya. Tujuan tersebut memiliki arti untuk melindungi segenap bangsa Indonesia untuk memajukan kesejahteraan umum, dan ikut dalam mencerdaskan bangsa, dan ikut serta dalam melaksanakan ketertiban dunia yang berlandaskan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial. Otonomi daerah tersendiri memiliki arti kebijakan yang memberikan kewenangan untuk pemerintah daerah mengatur serta mengurus sendiri urusan pemerintahannya sesuai dengan prinsip-prinsip desentralisasi. Menurut Yuliantini & Supadmi (2016) Diharapkan bahwa kebijakan desentralisasi akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi prosedur administrasi pemerintahan, sehingga pelayanan publik menjadi lebih cepat, tepat, transparan, dan akuntabel. Menurut Thahir (2019) Otonomi daerah didefinisikan sebagai hak, kekuasaan, dan tanggung jawab daerah otonom untuk mengendalikan dan mengelola urusan pemerintahannya sendiri serta masyarakat setempat sesuai dengan ketentuan umum dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

Kerangka otonomi daerah menekankan pentingnya pengelolaan keuangan daerah, terutama dalam aspek Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pajak daerah menjadi salah satu sumber pendapatan yang signifikan bagi pemerintah daerah dalam membiayai pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Juliarini, 2020). Kabupaten Tegal sebagai bagian dari daerah otonom memiliki kewenangan dalam pemungutan berbagai jenis pajak, salah satu-

885

nya adalah pajak reklame, yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 serta Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 11 Tahun 2023. Pajak reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan penerimaan PAD karena banyaknya reklame yang tersebar di berbagai wilayah Kabupaten Tegal. Meskipun memiliki potensi yang besar, penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tegal dalam kurun waktu tiga tahun terakhir tidak pernah mencapai target yang telah ditetapkan. Seperti yang dikemukakan oleh Widoyono, (2009), kurang optimal pengawasan menjadi faktor yang menyebabkan realisasi penerimaan pajak tidak sesuai dengan target. Berikut adalah data target dan realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Tegal dari tahun 2019 hingga 2023:

**Tabel 1 Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Tegal Tahun 2019 - 2023**

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Presentase
2019	2.500.000.000	2.537.367.643	101,49%
2020	2.000.000.000	2.328.737.989	116,44%
2021	3.097.000.000	2.546.837.371	82,24%
2022	3.097.000.000	2.857.241.194	92,26%
2023	7.005.000.000	3.275.718.695	46,76%

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal, (2024)

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa meskipun target penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan setiap tahunnya, realisasi pajak reklame mengalami fluktuasi dan pada tahun 2023 hanya mencapai 46,76% dari target yang ditetapkan. Salah satu faktor yang menyebabkan hal ini adalah kurangnya efektivitas pengawasan dalam penerimaan pajak reklame, seperti yang disebutkan oleh (Widoyono, 2009). Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pegawai Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal, tantangan utama dalam pengawasan pajak reklame meliputi keterbatasan jumlah petugas pengawasan, sulitnya menjangkau wajib pajak yang berdomisili di luar daerah, serta tidak adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) khusus yang mengatur pengawasan pajak reklame secara sistematis.

Menurut Iswandir (2017), pengawasan diartikan sebagai proses untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen tercapai serta metode-metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, pengawasan terhadap penerimaan pajak reklame menjadi penting untuk memastikan efektivitas pemungutan pajak sesuai dengan aturan yang berlaku. Menurut Tadjudin (2013) juga menjelaskan bahwa pengawasan bertujuan untuk menjamin pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, memastikan bahwa hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan,

menilai efektivitas dan efisiensi sarana yang digunakan, serta mengidentifikasi kelemahan dan kesulitan dalam organisasi untuk menemukan solusi yang tepat. Pengawasan yang baik harus mempunyai proses yang jelas dalam pelaksanaannya, menurut Handoko (2015) pengawasan yang efektif harus melalui lima tahapan utama, yaitu penetapan standar pelaksanaan, pengukuran pelaksanaan kegiatan, pengukuran kegiatan nyata, perbandingan dengan standar, serta pengambilan tindakan koreksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengawasan penerimaan pajak reklame diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dalam implementasinya.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti dalam melakukan penelitiannya menggunakan proses pengawasan berdasarkan Handoko (2015) yang mempunyai tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengawasan penerimaan pajak reklame oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dalam regulasi yang berlaku, serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dalam implementasinya.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif dijelaskan oleh Zellatifanny dan Mudjiyanto (2018) yaitu suatu metode penelitian yang berupaya menggambarkan subjek dari hal yang diteliti dan memiliki tujuan untuk menggambarkan fakta secara sistematis. Metode tersebut digunakan yang bertujuan untuk mencari variabel tanpa membandingkan satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam metode deskriptif ini dapat diawali dengan pengumpulan data, analisis dan mengolah data, kemudian kesimpulan dari hasil yang diperoleh. Sedangkan Sujarweni, (2014) penelitian dengan pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan suatu data-data deskriptif yang dijelaskan melalui kata-kata tertulis ataupun dari lisan informan dan juga dapat berasal dari perilaku yang diamati.

Objek penelitian ini adalah pengawasan penerimaan pajak reklame yang dilaksanakan oleh Kantor Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal. Sumber data yang digunakan yaitu data primer, dan data sekunder. Sumber data primer pada penelitian kali ini berasal dari sumber dengan teknik pengumpulan berupa wawancara, dan dokumentasi yang didapat dari informan yang ada di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal, sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan keuangan yang dirancang oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal dan juga data yang berasal dari website resmi Badan Pusat Statistik Kabupaten Tegal. Kemudian

teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan dari Miles et al (2014) langkah-langkah yang dilakukan meliputi pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL

### Penetapan Standar Pelaksanaan

Tahap pertama untuk melakukan pengawasan yaitu penetapan standar pelaksanaan yang menjadi suatu pengukuran atau patokan dan tujuan, sasaran atau target pelaksanaan dapat digunakan sebagai standar. Menurut Handoko (2015) standar mempunyai arti sebagai satuan suatu pengukuran yang bisa digunakan sebagai patokan dalam penilaian hasil-hasil. Dalam konteks pengawasan pajak reklame, standar ini berfungsi sebagai acuan dalam menilai keberhasilan pengawasan serta pencapaian target penerimaan pajak reklame yang menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Tegal.

Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal menetapkan standar pengawasan berdasarkan beberapa regulasi yang berlaku, antara lain Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 11 Tahun 2023, serta Peraturan Bupati Tegal Nomor 82 Tahun 2021. Selain regulasi, target penerimaan pajak reklame juga menjadi standar yang digunakan dalam pengawasan, di mana pencapaian target tersebut menjadi indikator keberhasilan dalam pengelolaan pajak reklame. Dalam pelaksanaannya, pengawasan dilakukan dengan berbagai metode, termasuk pengecekan langsung ke lapangan serta penggunaan media pengawasan berupa stiker yang ditempelkan pada objek reklame sebagai bukti pelunasan pajak dan alat kontrol kepatuhan wajib pajak.

Meskipun telah memiliki pedoman regulasi yang jelas, pengawasan pajak reklame di Kabupaten Tegal masih menghadapi beberapa kendala. Salah satu hambatan utama adalah belum tersedianya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah disahkan, sehingga pengawasan masih bergantung pada pemahaman dan pengalaman individu petugas. Ketidakkonsistenan dalam pelaksanaan pengawasan dapat terjadi akibat belum adanya SOP sebagai panduan teknis yang mengatur prosedur secara rinci. Selain itu, pencapaian target penerimaan pajak reklame pada tahun 2021–2023 belum optimal akibat berbagai faktor, termasuk dampak pandemi COVID-19 dan kendala teknis dalam penerapan kebijakan. Oleh karena itu, percepatan penyusunan dan pengesahan SOP menjadi langkah penting yang perlu dilakukan untuk meningkatkan ketertiban serta kesinambungan dalam pengawasan pajak reklame di Kabupaten

Tegal.

### Penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan.

Tahap kedua dalam proses pengawasan pajak reklame adalah menentukan pengukuran atas pelaksanaan kegiatan pengawasan. Menurut Handoko (2015) mencakup seberapa sering pengawasan dilakukan, metode yang digunakan, serta pihak yang terlibat dalam pengawasan. Dalam proses ini, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal telah menetapkan beberapa langkah yang dilakukan secara bertahap. Langkah pertama adalah melakukan survei lapangan untuk memastikan bahwa objek reklame yang terpasang telah terdaftar sebagai objek pajak. Survei ini bertujuan untuk mendata reklame yang telah memenuhi kewajibannya serta mendeteksi reklame yang belum terdaftar sebagai objek pajak. Langkah kedua adalah pengawasan melalui penerbitan surat pemberitahuan kepada wajib pajak dan komunikasi digital seperti *WhatsApp*, yang digunakan sebagai media informasi untuk mengingatkan wajib pajak tentang kewajibannya. Langkah ketiga adalah penerbitan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) berdasarkan data reklame yang telah diverifikasi, serta evaluasi berkala terhadap realisasi penerimaan pajak untuk memastikan bahwa seluruh tahapan pengawasan berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pengawasan pajak reklame dilakukan berdasarkan sistem *Official Assessment*, di mana petugas pajak memiliki peran aktif dalam menentukan besaran pajak yang harus dibayarkan, sementara wajib pajak bersifat pasif dalam proses penetapannya. Afifah (2022) menjelaskan bahwa dalam Sistem *Official Assessment* adalah sistem pemungutan pajak di mana aparatur atau petugas pajak memiliki peran yang aktif dalam menentukan besaran pajak, sementara Wajib Pajak bersifat pasif dalam proses tersebut. Hal ini diterapkan dalam pengawasan pajak reklame di Kabupaten Tegal, di mana petugas pajak menetapkan kewajiban pajak berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan dan sistem informasi. Petugas pajak melakukan survei untuk mendeteksi objek reklame yang belum terdaftar, kemudian menerbitkan surat pemberitahuan kepada pemilik reklame agar segera mendaftarkan objeknya. Setelah pendaftaran dilakukan, SKPD diterbitkan, dan wajib pajak harus melakukan pembayaran sebelum jatuh tempo. Proses pengawasan ini dilakukan secara berkala, terutama saat jatuh tempo pembayaran pajak reklame, mengingat karakteristik objek pajak reklame yang bersifat sementara dan sering berpindah

lokasi. Selain pengawasan di lapangan, komunikasi juga dilakukan melalui surat pemberitahuan dan pesan digital, sehingga wajib pajak dapat menerima informasi secara langsung dan menindaklanjuti kewajibannya dengan lebih cepat.

Dalam mendukung proses pengawasan, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal memanfaatkan sistem informasi Bapenda Satu Genggaman (BSG) yang berfungsi untuk mengelola administrasi pajak daerah secara terintegrasi. Aplikasi ini membantu petugas dalam mendata wajib pajak, menetapkan SKPD, serta melakukan pemantauan terhadap pembayaran pajak reklame. Salah satu alat yang digunakan dalam pengukuran pengawasan adalah surat pemberitahuan kewajiban pajak reklame yang diterbitkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal. Surat ini menjadi sarana untuk memastikan bahwa seluruh reklame yang terpasang telah terdaftar dan pajaknya telah diperhitungkan sesuai ketentuan. Selain itu, surat pemberitahuan ini juga mencantumkan informasi kontak resmi seperti nomor *WhatsApp* dan *email*, yang memungkinkan wajib pajak untuk berkomunikasi secara langsung dengan Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal terkait pertanyaan atau konfirmasi lebih lanjut. Setelah wajib pajak memenuhi kewajibannya, data reklame yang diterima akan diverifikasi kembali, dan SKPD akan diterbitkan sebagai dasar penetapan pajak reklame. Evaluasi berkala juga dilakukan untuk memastikan bahwa target penerimaan pajak reklame dapat tercapai. Meskipun pengawasan telah berjalan secara sistematis, jadwal pengawasan belum dijelaskan secara terperinci, sehingga masih diperlukan perencanaan yang lebih terstruktur agar waktu pelaksanaannya lebih terjadwal dan pengawasan dapat dilakukan secara lebih optimal.

### **Pengukuran Pelaksanaan Kegiatan**

Tahap pengukuran pelaksanaan kegiatan nyata dalam pengawasan pajak reklame adalah proses yang berulang dan terus menerus untuk memastikan bahwa kegiatan pengawasan berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Pengukuran ini melibatkan berbagai langkah, dimulai dengan verifikasi terhadap data dan informasi yang ada, hingga penindakan terhadap temuan yang ditemukan pada objek reklame. Handoko (2015) menyatakan bahwa pengawasan adalah proses yang bertujuan untuk "menjamin" tercapainya tujuan organisasi dan manajemen. Dalam konteks pengawasan pajak reklame, proses ini dimulai dengan verifikasi data untuk memastikan keakuratan informasi yang digunakan sebagai dasar pengawasan, dilanjutkan dengan inspeksi langsung di lapangan, serta tindakan administratif yang dapat diambil jika ditemukan pelanggaran.

Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal melakukan proses pengawasan dengan alur yang terstruktur. Langkah pertama adalah verifikasi data dan informasi yang ada, baik dari laporan pajak reklame maupun data dari pihak-pihak terkait. Setelah data diverifikasi, pengawasan dilanjutkan dengan inspeksi lapangan, di mana petugas melakukan pengecekan langsung terhadap objek reklame untuk memastikan keberadaannya dan kesesuaian dengan data yang diterima. Selain itu, petugas juga menghubungi vendor yang terkait untuk memverifikasi temuan yang ada. Selama inspeksi, pendekatan juga dilakukan kepada wajib pajak untuk memberikan pemahaman tentang kewajiban pajak mereka. Jika ditemukan pelanggaran administratif, seperti perbedaan ukuran reklame atau ketidaksesuaian lainnya, tindakan administratif berupa Surat Teguran diberikan secara bertahap, mulai dari Surat Teguran 1 hingga Surat Teguran 3 dengan jangka waktu penyelesaian masing-masing tujuh hari. Jika wajib pajak tidak mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan, temuan akan dilimpahkan kepada Satpol PP untuk dilakukan tindakan lebih lanjut, seperti penurunan atau pencabutan reklame.

Namun, dalam pelaksanaan pengawasan ini, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal juga menghadapi beberapa hambatan. Hambatan utama yang sering dihadapi adalah kesulitan dalam menghubungi wajib pajak atau vendor, terutama jika mereka berdomisili di luar daerah Kabupaten Tegal. Selain itu, objek reklame yang tersebar di berbagai lokasi juga menyulitkan pengawasan, terutama jika jumlah reklame yang terpasang sangat banyak. Terlebih lagi, masalah lain yang sering muncul adalah konflik antara pemilik reklame dan pemilik lahan, yang dapat menghambat pelaksanaan pengawasan. Kendala lain juga muncul karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam menjalankan proses pengawasan yang membutuhkan tenaga dan waktu lebih banyak. Meskipun demikian, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal tetap berusaha untuk mengoptimalkan pelaksanaan pengawasan, meskipun tantangan-tantangan tersebut harus dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan nyata pengawasan pajak reklame.

### **Perbandingan Pelaksanaan Kegiatan dengan Standar**

Perbandingan pelaksanaan kegiatan dengan standar bertujuan untuk menilai kesesuaian antara pelaksanaan pengawasan pajak reklame dengan peraturan yang telah ditetapkan. Bapenda Kabupaten Tegal menjalankan pengawasan pajak reklame dengan mengacu pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 11 Tahun 2023, serta Peraturan Bupati Tegal Nomor 82



Tahun 2021. Implementasi standar pengawasan ini diwujudkan melalui penerbitan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) kepada wajib pajak, serta surat teguran bagi yang belum melunasi kewajibannya.

Handoko (2015) menyatakan bahwa perbandingan pelaksanaan dengan standar dilakukan untuk mengukur apakah implementasi suatu kebijakan telah sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dalam praktiknya, pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal telah mengacu pada ketentuan yang telah ditetapkan, namun masih ditemukan beberapa kendala di lapangan. Tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan pengawasan meliputi keterbatasan sumber daya manusia (SDM), sulitnya menjangkau wajib pajak yang berlokasi di luar wilayah administratif, serta rendahnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya.

Pengawasan dilakukan dengan beberapa tahapan, salah satunya adalah identifikasi wajib pajak yang tidak membayar pajak reklame hingga jatuh tempo. Setelah itu, Bapenda menerbitkan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) sebagai pengingat kewajiban pajak mereka. Jika wajib pajak masih belum melunasi kewajibannya, surat teguran akan diterbitkan hingga tiga kali sesuai dengan prosedur yang berlaku. Apabila surat teguran tidak mendapat respons, Bapenda berkoordinasi dengan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) untuk menertibkan reklame yang tidak memiliki izin atau belum membayar pajak.

Warman (2023) menjelaskan bahwa evaluasi adalah proses sistematis untuk menilai keberhasilan suatu kebijakan dengan mempertimbangkan isi, pelaksanaan, dan dampaknya. Evaluasi dalam pengawasan pajak reklame di Kabupaten Tegal dilakukan dengan mendata wajib pajak yang belum membayar kewajibannya, kemudian menyusun langkah tindak lanjut. Data yang telah dikumpulkan digunakan sebagai dasar untuk menentukan kebijakan pengawasan dan evaluasi yang lebih efektif. Selain itu, proses evaluasi juga memerlukan dokumentasi hasil pengawasan yang lebih sistematis. Saat ini, data wajib pajak telah dicatat dalam tabel untuk memudahkan pemantauan dan tindak lanjut. Namun, pencatatan formal seperti berita acara hasil pengawasan masih belum tersedia, sehingga perlu ditingkatkan untuk memastikan pengawasan berjalan lebih terstruktur dan akuntabel.

Pelaksanaan pengawasan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tegal telah dilakukan sesuai standar yang ditetapkan, namun masih menghadapi tantangan dalam pencapaian

target penerimaan pajak. Keterbatasan SDM, kurangnya kesadaran wajib pajak, serta kesulitan dalam menjangkau wajib pajak yang berada di luar wilayah administratif menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, peningkatan dalam aspek dokumentasi pengawasan, penguatan koordinasi dengan instansi terkait, serta optimalisasi strategi penagihan pajak menjadi langkah yang perlu dilakukan agar pengawasan pajak reklame dapat berjalan lebih efektif dan mencapai hasil yang lebih optimal.

### **Pengambilan Tindakan Koreksi**

Tindakan koreksi dalam pengawasan pajak reklame bertujuan untuk mengatasi ketidaksesuaian yang ditemukan selama proses pengawasan serta memberikan efek jera kepada wajib pajak yang belum memenuhi kewajibannya. Handoko (2015) menjelaskan bahwa pengambilan tindakan koreksi merupakan tahap akhir dalam proses pengawasan yang bertujuan untuk mengidentifikasi penyimpangan, mengoreksi kesalahan, serta menyesuaikan standar agar lebih efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks pengawasan pajak reklame, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal melaksanakan tindakan korektif terhadap berbagai hambatan yang ditemukan dalam tahap pengawasan penerimaan pajak reklame. Proses ini dilaksanakan oleh pegawai di Badan Pendapatan Daerah, khususnya di Sub Bidang Evaluasi dan Pemeriksaan Pendapatan Daerah.

Tahap pengambilan tindakan koreksi diawali dengan analisis terhadap ketidaksesuaian yang ditemukan selama proses pengawasan. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal melakukan identifikasi terhadap penyimpangan dengan membandingkan data dari sistem Bapenda Satu Genggaman (BSG) dengan hasil pengawasan lapangan. Beberapa faktor yang menyebabkan ketidaksesuaian dalam penerimaan pajak reklame meliputi keterlambatan pembayaran oleh wajib pajak, kesulitan dalam menemukan pemilik objek pajak yang telah berpindah tangan tanpa melakukan konfirmasi, koordinasi dengan instansi lain yang terhambat oleh birokrasi yang panjang, serta keterbatasan petugas atau sumber daya manusia (SDM) dalam melakukan pengawasan langsung ke lapangan.

Langkah korektif yang dilakukan untuk menangani penyimpangan tersebut melibatkan beberapa strategi, salah satunya adalah pemberian surat teguran secara bertahap. Surat teguran diberikan dalam tiga tahap dengan masing-masing tenggat waktu 7 hari. Apabila wajib pajak masih belum memenuhi kewajibannya setelah teguran ketiga, Bapenda Kabupaten Tegal

memberikan kesempatan kepada wajib pajak untuk melakukan pembongkaran reklame secara mandiri. Jika tidak ada tindakan dari wajib pajak, maka dilakukan rekomendasi pembongkaran paksa dan pengambilan aset reklame dengan berkoordinasi bersama Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP). Purnawardhani (2015) menjelaskan bahwa surat teguran pajak merupakan peringatan resmi yang diberikan kepada wajib pajak yang belum melunasi kewajibannya setelah jatuh tempo. Jika dalam batas waktu yang ditentukan wajib pajak tetap tidak membayar pajaknya, maka sanksi administratif atau tindakan hukum dapat dikenakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pemberian surat teguran ini merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh Bapenda Kabupaten Tegal dalam memastikan kepatuhan wajib pajak serta menegakkan aturan pajak daerah.

Selain penerbitan surat teguran, dilakukan koreksi terhadap standar prosedur pengawasan melalui pemasangan stiker peringatan pada objek reklame yang bermasalah. Stiker ini berfungsi sebagai tanda visual yang menunjukkan bahwa reklame tersebut berada dalam pengawasan dan pemiliknya masih memiliki kewajiban pajak yang belum diselesaikan. Pemasangan stiker ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak sekaligus memberikan transparansi kepada masyarakat bahwa pemerintah daerah secara aktif melakukan pengawasan pajak reklame.

Upaya lain dalam meningkatkan efektivitas tindakan koreksi adalah dengan mengadakan sosialisasi kepada wajib pajak terkait peraturan pajak daerah, khususnya yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 11 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada wajib pajak mengenai kewajiban mereka serta sanksi yang akan diterapkan jika terjadi pelanggaran. Selain itu, langkah ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak sehingga proses penegakan pajak reklame dapat berjalan lebih optimal.

Berdasarkan tahap ini, dapat disimpulkan bahwa tindakan koreksi dalam pengawasan pajak reklame di Kabupaten Tegal dilakukan melalui tiga aspek utama. Pertama, analisis ketidaksesuaian dilakukan dengan membandingkan data sistem BSG dan hasil pengawasan lapangan serta berkoordinasi dengan vendor reklame dan masyarakat sekitar untuk memperoleh informasi tambahan. Kedua, koreksi penyimpangan dilakukan melalui pemberian surat teguran secara bertahap, kesempatan pembongkaran mandiri oleh wajib pajak, serta rekomendasi pembongkaran paksa jika teguran tidak dihiraukan. Ketiga, koreksi terhadap standar dilakukan

dengan menambahkan pemasangan stiker peringatan dan mengadakan sosialisasi pajak untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajibannya.

Meskipun langkah-langkah tersebut telah diterapkan, tantangan dalam pengawasan pajak reklame masih ditemukan, terutama dalam hal keterbatasan SDM, panjangnya birokrasi dalam koordinasi dengan instansi lain, serta sulitnya menemukan pemilik objek pajak yang telah berpindah tangan tanpa konfirmasi. Oleh karena itu, evaluasi terhadap efektivitas tindakan koreksi yang telah dilakukan perlu terus dilakukan agar strategi yang diterapkan dapat semakin disempurnakan dan penerimaan pajak reklame di Kabupaten Tegal dapat lebih optimal.

## SIMPULAN

Pengawasan penerimaan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tegal bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan mencapai target penerimaan pajak daerah. Meskipun telah berpedoman pada standar yang ditetapkan, masih terdapat kendala seperti keterbatasan SDM, sulitnya menjangkau wajib pajak, birokrasi yang lambat, serta ketidaksesuaian data. Pengawasan dilakukan melalui verifikasi lapangan, penerbitan SKPD, surat teguran bertahap, hingga tindakan penertiban dengan Satpol PP. Upaya koreksi meliputi pemasangan stiker peringatan dan sosialisasi pajak, namun masih diperlukan perbaikan dalam dokumentasi formal dan pelaporan hasil pengawasan.

Sebagai langkah perbaikan, perlu disusun dan disahkan Standar Operasional Prosedur (SOP), mengoptimalkan aplikasi Bapenda Satu Genggaman (BSG), serta meningkatkan SDM melalui pelatihan dan kolaborasi dengan instansi lain. Selain itu, penyusunan jadwal pengawasan yang lebih terstruktur, pemberian *reward* bagi wajib pajak yang taat, serta peningkatan sosialisasi pajak dapat mendorong kepatuhan dan mendukung pencapaian target penerimaan pajak reklame.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L. N. (2022). Perlindungan Hukum Wajib Pajak Terkait Ketentuan Official Assessment-System Dalam Bidang Pajak Bumi dan Bangunan. *Jurist-Diction*, 5(2), 589–622. <https://doi.org/10.20473/jd.v5i2.34896>
- Handoko, T. H. (2015). *Manajemen (Edisi Kedua)*.
- Iswandir. (2017). Dasar-Dasar Proses Pengawasan Dalam Organisasi. *Garuda*, 1, 68–76.

- Juliarini, A. (2020). Komparasi Penerimaan Pajak Daerah Kota dan Kabupaten Di Indonesia Setelah Berlakunya Undang-Undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 13, 13(2), 1–10. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v13i2.227>
- Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis : A Methods Sourcebook Edition 3* (Third).
- Purnawardhani dkk. (2015). Efektivitas Penagihan Pajak Aktif Dengan Surat Teguran Dan Surat Paksa Dalam Upaya Optimalisasi Penerimaan Pajak. *Mahasiswa Perpajakan*, 1(1), 1–9.
- Tadjudin, T. (2013). Pengawasan dalam Manajemen Pendidikan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.21274/taalum.2013.1.2.195-204>
- Thahir, B. (2019). Kebijakan Sosial Dan Otonomi Daerah. *Jurnal Kebijakan Pemerintahan*, 1–12. <https://doi.org/10.33701/jkp.v2i2.909>
- V. Wiratna Sujarweni. (2014). Metodologi Penelitian. *PT. Rineka Cipta, Cet.XII)an Praktek, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, Cet.XII)*, 107.
- Warman, W., Komariyah, L., & Kaltsum, K. F. U. (2023). Konsep Umum Evaluasi Kebijakan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 3, 25–32. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3ise.2912>
- Widoyono. (2009). *Laporan penelitian*. 22(2), 184–206.
- Yuliantini, P. I., & Supadmi, N. L. (2016). Efektivitas Pemungutan Pajak Hotel dan Restoran pada Pemerintah Daerah Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 10(2), 489–502.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>