

## RINGKASAN

Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah dan Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 14 Tahun 2014 mengatur tentang Penyelenggaraan Reklame, oleh karena itu DPPKAD Kabupaten Banyumas menerapkan suatu program sebagai sanksi berdasarkan aturan tersebut yaitu memasang *sticker* pada papan reklame wajib pajak yang belum membayar pajak. Pendapatan dari sektor pajak reklame dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2013 selalu meningkat, tetapi pada tahun 2014 pendapatan menurun dari Rp 2.354.935.033,00 menjadi Rp 2.026.432.563,00 namun kemudian pada tahun 2015 pendapatan meningkat dari Rp 2.026.432.563 menjadi Rp 2.681.041.283,00. hal ini dapat diartikan bahwa pendapatan reklame tidak konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas program penerapan *sticker* pada papan reklame wajib pajak terhadap kepatuhan membayar pajak reklame di kabupaten Banyumas tahun 2016.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Theory of Compliance* dan *Theory of Planned Behaviour*. Teori ini mengasumsikan sedemikian tingginya tingkat ketidak patuhan dari sisi ekonomi. Teori ini berkeyakinan tidak ada individu bersedia membayar pajak secara sukarela (*voluntary compliance*). *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditampilkan oleh individu, sedangkan niat untuk berperilaku itu muncul karena ditentukan oleh 3 faktor, yaitu *Behavioral beliefs*, *Normatif beliefs*, *Control beliefs*. Pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah Apakah pemasangan *sticker* pada papan reklame wajib pajak efektif terhadap kepatuhan membayar pajak reklame?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Objek penelitian dalam penelitian adalah pajak wajib pajak reklame yang bernah terken pemasangan *sticker* yang terdiri dari 10 wajib pajak. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara. Analisis data dilakukan melalui 4 tahap, yaitu: 1) Pengumpulan Data, 2) Reduksi Data, 3) Penyajian Data, 4) Kesimpulan. Pengujian data dilakukan dengan *Credibility Test* dan *Transferability Test*. *Credibility Test* terdiri dari memperdalam pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi. *Transferability Test* merupakan salah satu validitas eksternal dalam penelitian kualitatif yang menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel diambil.

Penelitian ini merujuk pada berbagai sumber dan data yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Kabupaten Banyumas. Informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang dianggap paham, bersinggungan langsung dan berkompeten dalam memberikan penjelasan serta pendapat tentang objek penelitian yakni efektivitas program pemasangan *sticker* pada papan reklame terhadap kepatuhan membayar pajak reklame. Informan pada penelitian yaitu para wajib pajak yang pernah terkena pemasangan *sticker* tersebut akibat keterlambatan pembayaran pajak reklame yang terdiri dari 10 informan. Hasil

dari penelitian ini menunjukkan bahwa sanksi berupa pemasangan *sticker* pada papan reklame wajib pajak efektif terhadap kepatuhan membayar pajak oleh wajib pajak. Peneliti menambahkan data pendapatan reklame dari Dinas Pendapatan, Pengelolaan, Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Kabupaten Banyumas. Data tersebut menunjukkan bahwa hasil dari penelitian sesuai dengan adanya peningkatan pendapatan reklame tahun 2016. Implementasi pemasangan *sticker* pada papan reklame wajib pajak efektif meningkatkan kepatuhan membayar pajak reklame oleh wajib pajak. Penelitian ini memberikan kontribusi kepada Dinas Pendapatan, Pengelolaan, Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Kabupaten Banyumas sebagai evaluasi dan memberikan data pendukung agar program tersebut lebih efektif.

## SUMMARY

Regional Regulation of Banyumas Regency Number 1 Year 2011 on Local Taxes and Regional Regulation of Banyumas Regency Number 14 Year 2014 on the Implementation of Advertising. Therefore Department of Revenue, Financial, and Asset (DPPKAD) implemented a program as a penalty that is applying stickers on taxpayers' billboards if taxpayer does not pay the tax yet. The revenues that come from Advertisement Tax from year 2011 to year 2013 always increase, but in 2014 the revenue decrease from IDR 2,354,935,033.00 to IDR 2,026,432,563.00. Then, in year 2015 the revenue increase from IDR 2,026,432,563.00 to IDR 2,681,041,283.00. The phenomenon that happened in this case is about the revenues from advertisement tax are inconsistent. The objectives of this research is to discover the effectiveness of implementation sticker on taxpayer's billboards towards taxpayer compliance in paying advertisement tax in Banyumas Regency during year 2016.

The researcher build this research using Theory of Compliance and Theory of Planned Behaviour. Theory of Compliance is a theory assumed such a high level of incompliance which was reviewed by economic standpoint, This theory believed that there are people willing to pay taxes voluntarily (voluntary compliance). Theory of Planned Behavior explained about the intention to behave that causes individual behavior, whereas the intention to behave determined by three factors, including: Behavioral beliefs, Normative beliefs, Control beliefs. The research question in this research is Does applying sticker on taxpayer's billboards effectively affect tax payer compliance?

This research was conducted using qualitative methods. The research object are the taxpayers who got the sticker application due to late payment of the advertising tax that consist of 10 taxpayers. Data collected through in deep interview. The data were analyzed in four stages, including; 1) Data Collection, 2) Data Reduction, 3) Data Display, and 4) Conclusion. In data examination the researcher use Credibility Test and Transferability Test. Credibility test is reliance test towards the results of data obtained. Credibility Test consist of Extend Observation, Inceaser Perseverance, and Triangulation. Transferability Test is one of the external validity in qualitative research that represents the degree of accuracy or applicability of the results to populations which samples were taken.

This study refers to various sources and data presented by the Department of Revenue, Financial, and Asset (DPPKAD) of Banyumas Regency. Informants in this study are parties who understand, interact directly and are competent in providing an explanation and an opinion on the research object. It is the effectiveness of application of sticker program on a billboard for paying the advertising tax. Informants in the study are the taxpayers who got the sticker application due to late payment of the advertising tax that consist of 10 informants. Result of this research concluded that the sanction of sticker application is effective on the compliance of tax

payment. The researcher added revenue data of advertisement tax sector obtained from the Department of revenue, financial, and asset (DPPKAD) of Banyumas Regency. The data shows that the result in accordance with the increasing of Advertisement Tax Revenue in 2016. Implementation of applying sticker on taxpayer's billboards is effective in increasing the compliance of tax payment by taxpayers. This research give contribution to Department of Revenue, Financial, and Asset of Banyumas Regency as evaluation and supporting data to develop this program more effective.

*Keywords: billboard, taxpayer compliance, advertisement tax*